



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

PROYECTO DE TITULACIÓN FINAL

Previa a la obtención del grado de

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

PROPUESTA INTEGRAL DE MEJORAMIENTO DEL TURISMO DE
SOL Y PLAYA COMO MEDIO EFECTIVO PARA EL INCREMENTO
DE TURISTAS QUE VISITAN EL BALNEARIO GENERAL VILLAMIL
DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS

Elaborado por:

Valeria Adalggiza Nuques Loffredo

Director/a del Proyecto de Titulación:

Mariela Ercilia Pinos Guerra

Guayaquil, diciembre de 2012

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, a la facultad de Hotelería y Turismo por proporcionarme los conocimientos y disciplina necesaria para ser una profesional destacada, a mi tutora por ayudarme siempre con gusto, a todos mis profesores por despertar en mi el deseo de siempre aprender algo nuevo, finalmente a mis padres, hermanos, amigos y compañeros por apoyarme incondicionalmente.

DEDICATORIA

Dedicado especialmente a mi padre, quien me ha apoyado incondicionalmente, motivado a culminar mi carrera, quien es mi ejemplo de vida, de esfuerzo, de lograr siempre mis propósitos, a él quien me enseñó a caminar de pequeña y sigue sosteniendo mi mano de grande, levantándome si me caigo y dándome aliento y fuerzas para alcanzar mis metas, así como escribió una canción para mi al nacer, yo hoy tengo el honor de dedicarle este trabajo en el que puse mi empeño y esfuerzo.

A mi hermano Camilo para que sepa que siempre se puede hacer lo que se propone con perseverancia y disciplina sin importar lo que piensen o digan los demás.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante
NUQUES LOFFREDO VALERIA ADALGGIZA como requerimiento parcial para la
obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS.**

Guayaquil, diciembre del año 2012

DIRECTOR DE TESIS


Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs


REVISOR DE CONTENIDO:


Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs

REVISOR METODOLÓGICO:


Ing. José Medina Crespo, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA


Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

(Nombre del o la autor(a))

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado "Propuesta integral de mejoramiento del turismo de sol y playa como medio efectivo para el incremento de turistas que visitan el balneario de General Villamil de la provincia del Guayas", ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, diciembre del año 2012

Valeria Nuques Loffredo

(Valeria Adalgiza Nuques Loffredo)



AUTORIZACIÓN

Valeria Adalggiza Nuques Loffredo

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: "Propuesta integral de mejoramiento del turismo de sol y playa como medio efectivo para el incremento de turistas que visitan el balneario de General Villamil de la provincia del Guayas.", cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

Valeria Nuques Loffredo

(Valeria Adalggiza Nuques Loffredo)

ABSTRACT

The base of the success of the process of improvement is the suitable establishment of a good politics of quality. The above mentioned politics needs of the commitment of all the components of the organization, in this case of a canton: General Villamil.

Nowadays this important place chases the complete satisfaction of the client, but it has neglected certain areas, in which it will have to put major emphasis in his constant improvement, departing from a suitable system of training.

The developed theories divide from the conceptualization of the quality and his partners: attention, service seeing this one as a philosophy, a strategy, a model of business doing and it is located towards the client.

The purpose of this project of investigation, it is principally in the need to know the quality of the tourist services that offer themselves in General Villamil (Playas), resort belonging to the province of the Guayas, reason by which before a diagnosis of the resort was realized.

On the basis of the information obtained across the surveys, interviews, indicators and the study of the environmental, economic and social impact; one proceeded to design the quality plan of the tourist services, which not only will benefit the tourist who is the object of study but also to tourist businessmen, but principally the residents of General Villamil will be favored.

Palabras clave: tourism, quality, proposal, General, Villamil.

RESUMEN

La base del éxito del proceso de mejoramiento es el establecimiento adecuado de una buena política de calidad. Dicha política requiere del compromiso de todos los componentes de la organización, en este caso de un cantón: General Villamil. Actualmente este importante balneario persigue la completa satisfacción del cliente, pero ha descuidado ciertas áreas, en las que deberá poner mayor énfasis en su mejoramiento continuo, partiendo de un adecuado sistema de capacitación.

Las teorías desarrolladas parten desde la conceptualización de la calidad y sus asociados: atención, servicio viendo a ésta como una filosofía, una estrategia, un modelo de hacer negocios y está localizado hacia el cliente.

Como finalidad de este proyecto de investigación, está principalmente en la necesidad de conocer la calidad de los servicios turísticos que se ofrecen en General Villamil (Playas), balneario perteneciente a la provincia del Guayas, razón por la cual previamente se realizó un diagnóstico del balneario. En base a la información obtenida a través de las encuestas, entrevistas, indicadores y el estudio del impacto ambiental, económico y social; se procedió a diseñar el Plan de calidad de los servicios turísticos, el cual no solo beneficiará al turista que es el objeto de estudio sino también a empresarios turísticos, pero principalmente se favorecerá a los residentes de General Villamil.

Palabras clave: turismo, calidad, propuesta, General, Villamil.

Índice General

Contenido

CAPITULO I.....	1
INTRODUCCION.....	1
ANTECEDENTES.....	1
1.1 Descripción del Balneario	1
1.2 Características generales de General Villamil.....	2
1.3 Descripción de los servicios de hotelería y turismo de General Villamil	3
1.4 Situación problemática	4
1.5 Formulación del problema.....	5
1.6 Tema.....	5
CAPITULO II	6
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.1 Justificación del proyecto.....	6
2.2 Objetivo general.....	7
2.3 Objetivos específicos.....	7
2.4 Marco teórico.....	7
2.5 Marco Conceptual.....	9
2.6 Marco Legal.....	14
2.7 Aspectos metodológicos	14
CAPITULO III	17
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	17
3.1 Determinación de la población	17
3.2 Recolección de información.....	17
3.3 Encuesta personal	17

3.4 Tipo de muestreo	19
3.5 Población y muestra.....	19
3.6 Tamaño de muestra	20
3.7 Técnicas de recopilación de datos	22
3.8 Diseño de la Encuesta	23
3.9 Procesamiento y análisis de los resultados.....	26
Conclusión de la investigación	46
CAPÍTULO IV	47
EVALUACION DEL SISTEMA.....	47
4.1 Determinantes de la Calidad de servicio.....	47
4.2 Fichas de medición de la calidad del servicio.	49
4.3 Priorización de los problemas existentes en General Villamil	51
4.4 Selección de los problemas principales y consecuencias.....	53
CAPITULO V	54
PLAN DE CALIDAD DEL SERVICIO TURISTICO EN GENERAL VILLAMIL	54
5.1 Propuesta.....	54
5.2 Objetivos del plan de calidad	55
5.3 Actores del turismo.....	55
5.4El cliente: el turista	58
5.5 El empleado.....	59
5.6 Destino	61
5.7 Controles y Recomendaciones de las Prácticas específicas del Plan de calidad.....	64
CAPITULO VI.....	69
IMPACTO AMBIENTAL.....	69
6.1Descripción del método a utilizar	69

6.2 Explicación de Matriz de Leopold	72
6.3 Minimización de los posibles impactos ambientales.....	74
6.4 Impacto social	75
6.5 Impacto cultural	76
6.5 Impacto económico	77
CAPITULO VII	Error! Bookmark not defined.
ESTUDIO FINANCIERO	81
7.1 Inversión Inicial.....	79
7.2 Balance Inicial	79
7.3 Sueldos.....	82
7.4 Depreciación y Amortización.....	82
7.5 Presupuestos Consultoría.....	82
CONCLUSIONES.....	81
RECOMENDACIONES.....	82

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

Índice de Figuras

Figura No.1.1. Gráficos porcentuales género.....	27
Figura No.1.2. Gráficos porcentuales edad.....	28
Figura No.1.3. Gráficos porcentuales pregunta No.1.....	29
Figura No.1.4. Gráficos porcentuales pregunta No.2.....	30
Figura No.1.5. Gráficos porcentuales pregunta No.3.....	31
Figura No.1.6. Gráficos porcentuales pregunta No.4.....	32
Figura No.1.7. Gráficos porcentuales pregunta No.5.....	33
Figura No.1.8. Gráficos porcentuales pregunta No.6.....	34
Figura No.1.9. Gráficos porcentuales pregunta No.7.....	35
Figura No.2.1. Gráficos porcentuales pregunta No.8.....	36
Figura No.2.2. Gráficos porcentuales pregunta No.9.....	37
Figura No.2.3. Gráficos porcentuales pregunta No.10.....	38
Figura No.2.4. Gráficos porcentuales pregunta No.11.....	39
Figura No.2.5. Gráficos porcentuales pregunta No.12.....	40
Figura No.2.6. Gráficos porcentuales pregunta No.13.....	41
Figura No.2.7. Gráficos porcentuales pregunta No.14.....	42
Figura No.2.8. Gráficos porcentuales pregunta No.15.....	43
Figura No.2.9. Gráficos porcentuales pregunta No.16.....	44

Figura No.3.1. Gráficos porcentuales pregunta No.17.....	45
Figura No.3.2. Actores del turismo.....	56
Figura No.3.3. Plan de calidad.....	57

Índice de tablas

Tabla No.1.1. Características generales de General Villamil.....	2
Tabla No.1.2. Formulario de la encuesta.....	23
Tabla No.1.3. Medición de la calidad.....	50
Tabla No.1.4. Priorización de los problemas existentes en General V.....	51
Tabla No.1.5. Priorización No.2 de los problemas existentes en General V.....	52
Tabla No.1.6. Problema, causa y efectos.....	53
Tabla No.1.7. Parámetros e indicadores del balneario	58
Tabla No.1.8. Parámetros e indicadores del ambiente de trabajo.....	59
Tabla No.1.9. Parámetros e indicadores de los empleados.....	62
Tabla No.2.1. Impactos negativos.....	70
Tabla No.2.2. Impactos positivos.....	71
Tabla No.2.3. Matriz Leopold del proyecto.....	73
Tabla No.2.4. Matriz Leopold No.2 del proyecto.....	76

CAPITULO I

INTRODUCCION

General Villamil es el principal balneario de la provincia del Guayas, es un potencial destino turístico debido a sus lindas playas, posee además diferentes sitios en donde el turista puede sentirse a gusto y complacer sus necesidades básicas como el alimento, el descanso y el entretenimiento.

El turismo es la mayor fuente de ingreso del cantón, aprovechando esto y la afluencia de turistas que concurren General Villamil se procederá a formular una propuesta integral de mejoramiento, para de ese modo incrementar la afluencia y el nivel de satisfacción de los turistas que visiten este lugar (Copade, s.f.).

ANTECEDENTES

1.1 Descripción del Balneario

Las playas costeñas ecuatorianas han sido reconocidas como unas de las mejores de Sudamérica, por su atractivo clima, gastronomía, y paradisíacos lugares. Una de las playas más destacadas por los turistas nacionales y extranjeros es General Villamil Playas. Siendo uno de los principales cantones de la Provincia del Guayas. Se encuentra ubicada en el perfil costanero Ecuatoriano y posee 14 Km de hermosas playas que se han convertido en destino turístico de visitantes que se sienten cautivados por la belleza natural de este balneario y sus cálidas aguas (Criollo, Yagual & Quiroga, 2007).

General Villamil Playas se encuentra ubicado al suroeste de la provincia del Guayas, está a 97 kilómetros de Guayaquil.

1.2 Características generales de General Villamil.

TABLA No.1.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE GENERAL VILLAMIL

Cabecera cantonal	Playas
Latitud	02°-39´
Longitud	89°-23´
Superficie	269,3 Km2
Clima	Tropical seco
Población	30,697 habitantes, 25.000 viven en la cabecera cantonal
Ubicación	Situado al suroeste de la provincia del Guayas a 96 kilómetros de la ciudad de Guayaquil
Límites	Norte: provincia de Santa Elena, sur: Océano Pacífico, Este: parroquia Posorja y el Morro, oeste: Océano Pacífico.
Barrios área urbana	47
Áreas rurales	16
Topografía	El terreno es totalmente plano
Hidrografía	El río Arena, Moñones y Tambiche, tienen corriente de agua solamente en invierno
Economía	Las principales fuentes de ingreso son la pesca y el turismo. Licencia Creative Commons Atribución Compartir Igual 3.0 (s.f.).

1.3 Descripción de los servicios de hotelería y turismo de General Villamil

Playas dispone de una extensa infraestructura hotelera con cerca de cuarenta sitios donde hospedarse, se logra hallar hoteles con un costo diario desde quince hasta cuarenta dólares dependiendo de las diferentes categorías del hotel y sus servicios (Marieta, 2010).

En cuanto a la gastronomía, se cuenta con variados restaurantes ubicados en el centro, donde se puede saborear distintos platos en su mayoría a base de mariscos frescos.

Existen varios bancos de cobertura local, regional y nacional repartidos en varios sectores de la ciudad, se puede encontrar también cajeros automáticos que facilitan al turista el servicio para realizar sus transacciones bancarias a cualquier hora del día (Sitio oficial Fundación Viva el Ecuador. 2012, Julio 20).

General Villamil cuenta con un hospital, La Cruz Roja, cuatro clínicas y varias farmacias disponibles para los turistas y habitantes.

En cuanto a la seguridad, cuenta con salvavidas, policías, marinos y el cuerpo de bomberos los cuales están atentos para hacer sentir seguros a los visitantes (Sitio oficial Fundación Viva el Ecuador. 2012, Julio 20).

Posee un clima seco con una temperatura anual promedio entre 23° y 25°, un promedio de precipitación inferior a 500mm, siendo el mes de marzo el más lluvioso.

Las principales actividades económicas del cantón son la pesca artesanal, comercio y turismo.

1.4 Situación problemática

Al ofrecer un servicio es primordial comprometerse a dar lo mejor posible, ya que del mismo depende el triunfo de la organización, este proceso implica factores internos y externos, entre los cuales resaltan: la preparación, la persistencia, la claridad, el atributo del producto, la difusión; cada uno de ellos se complementa del otro para brindar un excelente servicio y esto es justamente lo que en General Villamil Playas falta.

Aunque Playas es el único Balneario de la provincia del Guayas no ha logrado aún un despegue turístico, siguen los problemas como el desencuentro entre autoridades, poderes públicos, inversionistas y pueblo. A pesar de tener una carretera que une Playas con la vía a la costa y el malecón de seis carriles, el resto de la infraestructura existente no tiene mucha utilidad (Sitio oficial Diario Expreso, s.f.).

El malecón es utilizado solamente en temporada y como parqueadero no como el atractivo turístico para lo que fue creado. Los ocho patios de comida que se encuentran en el centro abren ocasionalmente en su mayoría, son muy pocos los que permanecen abiertos todo el tiempo. Sus baños, los cuales no se encuentran en todos los restaurantes son insalubres, y aunque la comida es apetitosa, la infraestructura deja mucho que desear (Sitio oficial Diario Expreso, s.f.).

A todo esto se suman las veredas inexistentes, quebradas de agua con mal olor que se ubican cerca de estos comedores y que por consiguiente incomodan al turista.

En cuanto a los hoteles, en su mayoría el trato del personal es básico, no se preocupan por la fidelización del cliente, el costo es bastante accesible cuando no es temporada, en cambio de enero a abril se aprovechan de los turistas y cobran un precio excesivo.

Sus playas a pesar de ser espaciosas y tener una gran acogida para el deporte y el descanso, se encuentran sucias, no existe una cultura de reciclaje o un programa de limpieza continua por medio de las entidades responsables de aquello.

En cuanto a la vida nocturna, existen discotecas ubicadas cerca de la playa, en calles oscuras donde no se brinda ningún tipo de seguridad para el usuario, tampoco se es reservado el derecho de admisión, los diseños no han sido renovados y el pavimento se encuentra deteriorado, están dirigidas más hacia un público de nivel medio bajo, cuando se deberían aprovechar como destino turístico y renovar para atraer a los jóvenes de Guayaquil como lo hacen los balnearios de Salinas o de Montañita (Sitio oficial Diario Expreso, s.f.).

Lamentablemente, General Villamil esta adquiriendo un nivel crítico en general de su turismo, cuando con todos los recursos naturales que tiene, debería ser ya un excelente centro turístico dentro de la provincia del Guayas, pero por el contrario, sus habitantes carecen de iniciativa, de dinero y de apoyo por parte del Municipio para lograrlo (Sitio oficial Diario Expreso, s.f.).

1.5 Formulación del problema

¿De que manera incidiría un mejoramiento integral del turismo de sol y playa en el incremento de turistas que visitan General Villamil?

1.6 Tema

Propuesta integral de mejoramiento del turismo de sol y playa como medio efectivo para el incremento de turistas que visitan el Balneario General Villamil de la provincia del Guayas.

CAPITULO II

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Justificación del proyecto

Para realizar esta investigación como requisito para optar al el título de Ingeniería en administración turística y hotelera se utilizarán distintos métodos, técnicas y procedimientos de tal manera que este trabajo tenga total correspondencia con los objetivos propuestos.

Es importante mencionar que el Balneario General Villamil Playas tiene afluencia de visitantes nacionales y extranjeros, los cuales viajan por varias razones, tales como: vacaciones, recreación, salud, negocios, etc. También, existen diferentes empresas turísticas de alojamiento, con diferentes categorías y precios.

La realización de este diagnóstico y las aportaciones necesarias serán de beneficio para el cantón General Villamil, su población en general, favorecerá a los propietarios de los establecimientos que se encuentran en el negocio turístico y al turista nacional y extranjero que visita esta importante cabecera cantonal.

La variedad de atractivos turísticos que ofrece General Villamil Playas es motivo para precisar el mejoramiento del mismo, por tal motivo es fundamental la evaluación a los diferentes puntos en donde se desarrollan los servicios y actividades turísticas.

En el caso de General Villamil Playas se requiere conocer la calidad del servicio que ofrecen las empresas que están relacionadas con el turismo, como los negocios de comida,

de alojamiento, de artesanías, con el fin de aplicar mecanismos que permitan mejorar el turismo de sol y playa que se ofrece y aumentar la demanda de turistas y por consiguiente incrementar el nivel de empleo, y la actividad comercial, captar inversión para proyectos turísticos, mejorando así la economía del lugar.

2.2 Objetivo general

Diagnosticar la calidad de los servicios con el fin de diseñar una propuesta integral de mejoramiento del turismo de sol y playa en el balneario de General Villamil, para incrementar el nivel de satisfacción y de afluencia de turistas que visiten el lugar.

2.3 Objetivos específicos

- Establecer el diagnóstico de la calidad de los servicios, a fin de optimizar la promoción turística del balneario.
- Identificar cada una de las actividades turísticas del balneario, describir los retos y problemas que afrontan los negocios para definir las acciones que se deberán desempeñar para cambiar el nivel turístico en General Villamil.
- Proponer alternativas para mejorar las diferentes actividades y servicios turísticos que actualmente ofrece el balneario General Villamil Playas.

2.4 Marco teórico

Balneario es un espacio recreativo, un lugar especial para personas que buscan disfrutar de baños de agua natural o tratada, como también de espacios verdes, y de un buen confort en los servicios. Los balnearios son los precursores del turismo de salud, sin embargo fueron olvidados debido a la explosión del turismo de masas, para que en la actualidad

vuelvan con cierta fuerza tanto en los centros tradicionales como en los más modernos y lujosos hoteles, a tal punto de convertirlos en un destino preferido para los turistas que se dan cita en estos lugares (Según Montaner, 2008).

En la actualidad existen balnearios que cuentan con un gran número de servicios, algunos con centros dedicados especialmente para mejorar la salud y calidad de vida, ya sea por medio de baños medicinales o aguas termales. La utilización del agua, como fuente de salud para la cura de distintas enfermedades, trae consigo beneficios importantes para la salud que se consigue a través de ciertos minerales allí encontrados. Hay dos tipos de balnearios, el balneario tradicional y el de esparcimiento (Según Montaner, 2008).

Los balnearios a nivel general tienen su objetivo bien planteado con referencia a los turistas, la meta es lograr que ellos puedan disfrutar del descanso, de un bienestar físico, de mucha relajación, para que se olviden de la ajetreada vida citadina; teniendo presente que estos lugares son frecuentados por gente de todas las edades y que ello implica brindar siempre un servicio de calidad (Según Montaner, 2008).

Una de las características generales de los balnearios es lograr que cada balneario sea diferente uno del otro de acuerdo a las necesidades de los turistas. Por lo estudiado se ha determinado y encontrado que casi todos los balnearios poseen las siguientes características:

- Áreas de recreación ubicadas sobre los sectores costeros de océanos, ríos o lagunas.
- Instalaciones destinadas a proporcionar servicios básicos: sanitarios, gastronomía, comercio, seguridad, primeros auxilios, actividades culturales, administración, deportivas y complementarias, a través de una explotación comercial.

- La calidad de las aguas.
- La belleza de su entorno.
- Son de fácil acceso.
- Dispensario de urgencias.
- Brindan servicios de alojamiento y alimentación.

Establecimiento situado a la orilla del mar, lagos, lagunas y en general, que cuentan con facilidades para los bañistas, tales como duchas, sanitarios, restaurantes, tiendas y varios tipos de servicios complementarios (Valencia, Caro,s.f.).

Analizando estos conceptos se concluye que un balneario es un centro de relación social, dedicado a la relajación, meditación y ocio, a más de disfrutar de diferentes actividades recreacionales orientadas a las necesidades de los clientes.

Para tener mejor manejo de la definición de la calidad en la industria de servicios turísticos, es necesario conocer primero el concepto de servicios y calidad; debido a que estos dos términos serán muy utilizados a lo largo de este proyecto (Según Montaner, 2008).

2.5 Marco Conceptual

Según Maqueda & Llaguno, 1995, servicio se define como: "Organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada". (página número 75).

La calidad total es la apuesta más segura para lograr la competitividad. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores. Su objetivo es claro: satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta manera beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes (Gobierno de España. Ministerio de Industria, Energía y Turismo, s.f.)

Analizando estos conceptos se entiende que la calidad de un servicio, debe estar orientada a satisfacer las necesidades de los clientes, a un precio que ellos puedan pagar, pero al mismo tiempo estar por encima del costo del producto o servicio; además se debe mejorar el producto constantemente sin perjuicio al medio ambiente para mejorar los defectos que pueda tener y así mantenerse en el mercado a mediano o a largo plazo.

Una vez establecido el concepto de calidad la investigación se enfoca en la definición de calidad en la industria de servicios turísticos:

La calidad no es más que el nivel de efectividad o de desempeño con que se brinda un servicio, y como tal, constituye un atributo del propio servicio, estando este nivel de efectividad o desempeño bajo el control del proveedor del servicio (Gobierno de España. Ministerio de Industria, Energía y Turismo, s.f.)

Por lo tanto, la calidad de servicio permite medir y estar pendiente del nivel de servicios prestados, lo cual dependerá de la satisfacción y las expectativas del cliente, acciones que lograrán la fidelización en el servicio. (Gobierno de España. Ministerio de Industria, Energía y Turismo, s.f.)

La percepción de la calidad de un producto o servicio se puede apreciar de las siguientes maneras:

- Conforme con las especificaciones: Cuando el producto o servicio está de acuerdo con las normas y requisitos determinados por la misma empresa. Por ello debe quedar claramente establecido para los clientes los requerimientos del producto o servicio.
- Conforme con la satisfacción y expectativas del cliente: Cuando el servicio satisface las necesidades, a la vez que le ofrece un precio razonable; se considera que un producto o servicio es de calidad cuando cumple o supera las expectativas del cliente (Edwards, 1989)

Control de calidad, son técnicas y actividades que ayudaran a mantener bajo control todos los procesos, para conseguir la satisfacción de los requisitos relacionados a calidad (Edwards, 1989)

Autocontrol de la calidad, es la forma de efectuar una actividad, sobre el cual se responsabilizará a una persona por completo sobre los resultados planeados.

El aseguramiento de la calidad es un consejo de acciones planificadas sistemáticamente en base a requisitos establecidos para garantizar la confianza adecuada de un producto o servicio que satisface las necesidades del consumidor. Para que sea efectivo el aseguramiento de la calidad es conveniente realizar una evaluación constante y esto sirve como una herramienta de la gestión (Edwards, 1989)

La gestión de la calidad es un conjunto de principios y métodos que se establecen en las empresas que buscan alcanzar la calidad como estrategia de mercado, para ello se debe optimizar continuamente los recursos de la empresa en todos los niveles organizativos, con el menor costo posible (Cuatrecasas, 2010)

La gestión de la calidad, es un método para administrar los procesos de una empresa, basados en el ciclo de planear, hacer, verificar y actuar, cuya relación directa se define de la siguiente manera:

- Planificación de la calidad: Es la parte de la gestión de la calidad enfocada al establecimiento de los objetivos de calidad y a la especificación de los procesos operativos necesarios y de los recursos necesarios para cumplir los objetivos de calidad (Cuatrecasas, 2010)
- Control de la calidad: Durante la prestación del servicio se utilizan técnicas y actividades operacionales para verificar que el producto o servicio cumple con los requisitos de la calidad establecidos en la planeación (Cuatrecasas, 2010)
- Aseguramiento de la calidad: Involucra todos los procesos restantes del ciclo de vida del producto o servicio, de modo que se ejecuten de forma planificada y sistemática, buscando proporcionar confianza de que los requisitos de calidad se cumplirán (Cuatrecasas, 2010).
- Mejora de la calidad: Una vez que el nivel de calidad anhelado está asegurado, se deben iniciar las acciones para ampliar la capacidad de cumplir los requisitos, esto es fijar un nuevo nivel de calidad. El mejoramiento de la calidad comprende las acciones para incrementar la eficacia y eficiencia del sistema de calidad y de sus componentes, de modo que genere beneficios agregados para la organización y para los clientes (Cuatrecasas, 2010).

Tomando en cuenta estas definiciones se puede decir que planificando, controlando, asegurando y mejorando la calidad en los servicios, las empresas turísticas pueden llegar a

prestar mejores servicios a sus clientes, a un menor costo y a la vez que logran la fidelización de sus clientes y ser competitivos en el mercado.

Cuando se ofrece un servicio, se debe procurar hacerlo de la mejor manera, para de esta forma crear o mantener una buena imagen del negocio, organización. etc. Algunos de los principales factores que se debe mantener en el negocio son: capacitación, constancia, paciencia, calidad, promoción, cada uno de ellos es el complemento del otro para poder brindar un buen servicio (Gobierno de España. Ministerio de Industria, *Energía y Turismo*, s.f.).

Servicio intangible es el conjunto de actividades realizadas las cuales el cliente no puede percibir mediante sus cinco sentidos que generalmente no se experimenta antes de la compra (Grönroos, 1994).

Ejemplos de servicios intangibles:

- * Atención en una cafetería
- * Servicio de telefonía
- * Servicio de electricidad

Los servicios se producen y se consumen al mismo tiempo, es decir, que la creación de un servicio puede tener lugar cuando se consume, la persona que presta un servicio requiere que el consumidor este presente durante la entrega. Como por ejemplo: El servicio de peluquería, la peluquería no puede realizar un corte de cabello sin un cliente.

No se pueden poseer, quienes compran un servicio adquieren un derecho, más no la propiedad del mismo. Como por ejemplo: El servicio de enseñanza en una universidad por la cual el cliente paga para aprender.

2.6 Marco Legal

Es conveniente citar la definición de turismo sostenible, establecido por El Comité de Desarrollo Sostenible del Turismo de la OMT.

"Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo". (Página número 3)

El turismo sostenible pone énfasis en el equilibrio entre los aspectos ambientales, sociales y económicos del turismo, así como en la necesidad de aplicar principios de sostenibilidad en todos los sectores del turismo; por lo que es necesario un proceso continuo y un seguimiento constante de los impactos. Se debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa.

2.7 Aspectos metodológicos

Enfoques de la investigación

En esta investigación se utilizará el enfoque cualitativo, el cual se utiliza para descubrir y formular preguntas de investigación. No necesariamente prueba hipótesis, con frecuencia se basa en recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones.

Este enfoque se utilizará debido a que los datos que se obtienen podrán ser la base de esta investigación para finalmente analizarlos y crear un plan integral de mejoramiento del turismo.

Métodos de la investigación

El método a utilizar será el de análisis, se dividirá el estudio en partes para revisar cada una de estas por separado, así se podrá llegar a conocer los principios o elementos del mismo.

Estas operaciones no existen independientes una de la otra; el análisis de un objeto se realiza a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto como un todo; y a su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos del análisis.

Se utilizará este método debido a que se han estudiado temas similares al de la investigación anteriormente y se cuenta con material de apoyo con el cual se puede trabajar analizando los diferentes estudios, comparando con el estudio actual y así se ira creando un plan de mejora del turismo.

Técnicas de la investigación

Investigación tipo descriptiva, es el tipo de investigación más apropiada para la formulación de preguntas a los encuestados. Sirve para conocer específicamente, por medio de preguntas directas, las características del balneario esperadas por los turistas (Sitio oficial Grajales. T. s.f.).

Se escogerá esta técnica ya que se procederá a encuestar a los habitantes de General Villamil, con lo cual se espera obtener respuestas considerables e inmediatas, también se crearán formularios de control de calidad para los propietarios y empleados de restaurantes, hoteles y complejos turísticos con lo que se medirá si el plan de calidad está dando un buen resultado.

Principales fuentes de información:

- Turistas Nacionales
- Propietarios y/o administradores de establecimientos turísticos

Esta investigación dará como resultado lo siguiente:

- Describir en forma gráfica las características esperadas por los turistas.
- Integridad de la información, proporcionada por los turistas.

Procedimientos

Una vez formuladas las preguntas para la encuesta basadas en conocer la apreciación de los habitantes de General Villamil en cuanto a la calidad de los servicios ofrecidos en el balneario, se procederá a llevar el equipo de apoyo a realizar las encuestas.

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas, se analizarán y tabularán los resultados para finalmente crear las fichas de medición de calidad para lograr obtener un control efectivo del plan de calidad, estas fichas serán manejadas por la dirección de turismo del municipio.

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Determinación de la población

La población de la que se busca obtener información son los turistas que ingresan al balneario General Villamil Playas, de los cuales se tomará una muestra representativa para el estudio.

3.2 Recolección de información

Para la obtención de la información se va a utilizar la técnica de encuesta personal por medio de un cuestionario estructurado el cual permitirá obtener información específica de los objetivos planteados.

3.3 Encuesta personal

Se encuestará a cada uno de los individuos que conforman la muestra, aclarando las preguntas que los entrevistados puedan tener además de llenar los formularios.

Es pertinente recordar que la investigación es descriptiva, en la cual se utilizarán técnicas cuantitativas en el presente caso encuestas, para de esta manera medir mediante procedimientos estructurados, el comportamiento del individuo para finalmente generalizar los resultados a nivel estadístico.

Para obtener la información primaria se recurrirá a la encuesta, preguntar a la población o muestra para obtener la información requerida de los gustos, preferencias, necesidades etc.

Por medio de la encuesta personal se procederá a la recolección de datos en General Villamil, este tipo de permitirá conocer mejor las necesidades del consumidor o la persona encuestada, si bien es cierto es el método más costoso entre los tres tipos de encuesta; Encuesta por correo, encuesta por teléfono y encuesta personal. La encuesta personal es la más fiable ya que hay certeza de quién contesta y a esto se suma el hecho de que como la encuesta es personal se obtiene una mayor tasa de participación.

Citando el objetivo principal de la investigación y resaltando el objetivo específico que está mayormente relacionado al capítulo correspondiente a la investigación de mercado se procede a explicar la manera en cual se va a desarrollar la primera fase o etapa de recolección de datos primarios para su previo análisis.

Objetivo general

Diagnosticar la calidad de los servicios con el fin de diseñar una propuesta integral de mejoramiento del turismo de sol y playa en el balneario de General Villamil, para incrementar el nivel de satisfacción y de afluencia de turistas que visiten el lugar.

Primer objetivo específico

- Establecer el diagnóstico de la calidad de los servicios, a fin de optimizar la promoción turística del balneario.

3.4 Tipo de muestreo

Una muestra aleatoria simple de población infinita es una muestra seleccionada de manera que se satisfagan las siguientes condiciones:

- a) Cada uno de los elementos seleccionados proviene de la población
- b) Cada elemento se selecciona independientemente

3.5 Población y muestra

Población es el conjunto de sujetos u objetos para y en lo que se va a producir la investigación. Son todos los sujetos que están en un curso, en la ciudad, en la escuela, en una instituciones, etc. que van a constituir el objeto a quienes se pretende solucionar el problema. (Rodríguez Moguel, E., 2005)

Muestra es el universo a estudiar, es una representación significativa de las características de una población, es decir es una parte de la población a estudiar que sirve para representarla

Muestra y población son conceptos relativos. Una población es un todo y una muestra es una fracción o segmento de ese todo. (Gómez, M. 2006)

Población infinita es el número de elementos que la forman es tan grande que pudiesen considerarse infinitos. Como por ejemplo si se realizase un estudio sobre los productos que hay en el mercado. Hay tantos y de tantas calidades que esta población podría considerarse infinita. (Anderson, Sweeney & Williams. 2008).

Ahora bien, normalmente en un estudio estadístico, no se puede trabajar con todos los elementos de la población sino que se realiza sobre un subconjunto de la misma al que se le llama muestra, es decir un determinado número de elementos de la población. (Anderson, Sweeney & Williams. 2008).

3.6 Tamaño de muestra

Según la Cámara de Turismo de General Villamil Playas, en el 2011, tuvo una entrada de 120.000 turistas (nacionales y extranjeros).

La muestra, será seleccionada mediante la aplicación del método del muestreo aleatorio simple de una población finita porque 120.000 es menor a 500.000.

$$n = \frac{1}{\frac{N-1}{N n_0} + \frac{1}{N}}$$
$$n_0 = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

(Anderson, Sweeney, & Williams 2008).

Donde:

N es el tamaño de la población.

P es la estimación a priori del porcentaje que se quiere estimar. Cuando no se tiene estimaciones previas se recomienda utilizar $p=0,5$ ya que da el tamaño de muestra más grande posible, dado un conjunto de parámetros determinados.

d es el error de diseño aceptado. Generalmente se usa 0,05, es decir, el porcentaje real estaría 5 puntos porcentuales por debajo o por encima de la estimación obtenida.

Z es el valor de una variable distribuida normal estándar tal que la función de probabilidad acumulada en ese punto es $F(z) = 1 - \alpha/2$. Usando un nivel de confianza de 90%, $\alpha = 0,1$ y z sería 1,64. (Thompson, E. 1992).

Aplicando la fórmula:

Muestra = 268 personas

N	120000
N-1	119999
Nno	32275200
no	268,96
z²	2,6896
p	0,5
(1-p)	0,5
d²	0,0025
n	268,36

La muestra dio como resultado 268 habitantes, de los cuales 242 corresponden a turistas nacionales, 26 a turistas extranjeros, los cuales no se tomaran en cuenta para la encuesta ya

que General Villamil es un balneario posesionado en el mercado nacional y no en el extranjero.

3.7 Técnicas de recopilación de datos

En base a los resultados obtenidos de la investigación también podremos identificar cuáles son las necesidades generales y específicas de los turistas al visitar Playas.

Los procedimientos que se aplicarán a los turistas para la obtención de datos será la encuesta informada por un formulario de preguntas directas, objetivas y puntuales. Su objetivo principal es la obtención de información valiosa y necesaria para conocer la percepción de la calidad de los servicios turísticos que ofrece este balneario.

Los instrumentos de apoyo que utilizarán los investigadores serán una grabadora y formularios, que ayudará a almacenar la información proporcionada y a recopilar la información suministrada por turistas.

Se acudirá a métodos manuales de registro y procedimientos electrónicos (Microsoft Word, Excel). La encuesta y cuestionario exigirá la determinación de procedimientos de codificación y tabulación de la información. Ésta se la presentará en forma de enunciados en el análisis, tablas, cuadros y gráficos.

Como técnicas de análisis se utilizarán comparaciones, porcentajes e interpretación de los mismos.

3.8 Diseño de la Encuesta

El diseño de la encuesta dirigido a los turistas que visitan General Villamil Playas

TABLA No.1.2.FORMULARIO DE LA ENCUESTA

FORMULARIO DE LA ENCUESTA A CLIENTE EXTERNO

PREGUNTAS		Total desacuerdo	Parcial desacuerdo	Intermedio	Parcial acuerdo	Total acuerdo	Total pax encuestadas
		1	2	3	4	5	
a.- Con respecto a la calidad del servicio:							
1	¿Visita regularmente General Villamil Playas?						
2	¿Al momento de su llegada alguien le informó acerca de los servicios que posee el balneario?						
3	¿Durante su visita algún establecimiento le ofreció un excelente servicio?						
4	¿Cree usted que los platos ofrecidos en el área de comida son de buena calidad?						
5	¿Está conforme con el servicio recibido en el						

balneario?

--	--	--	--	--

b.- Con respecto a los lugares públicos:

6	¿Le parece que los lugares públicos del balneario son adecuados para recibir a los turistas?
---	--

--	--	--	--	--

7	¿Los lugares de alojamiento que se encuentran disponibles en Playas están en buenas condiciones?
---	--

--	--	--	--	--

8	¿Las áreas de recreación se encuentran en buen estado?
---	--

--	--	--	--	--

9	¿Las instalaciones del área de comida son de su agrado?
---	---

--	--	--	--	--

10	¿Considera usted que los lugares turísticos del balneario contribuyen a la conservación del medio ambiente?
----	---

--	--	--	--	--

c Con respecto al atractivo

11	Cuando Ud. visita General Villamil, le llama más la atención:
----	---

Su paisaje

Su gente

Su
gastronomía

La atención al
turista

12 A su criterio cree usted que la playa de General Villamil tiene un buen uso en toda su extensión (14Km)?:

SI NO

13 A su criterio cree usted que la playa de General Villamil es ordenada y limpia?:

SI NO

d Preguntas de opción múltiple:

14 Por lo general usted visita General Villamil Playas en:

Carnaval Semana Santa
Otros _____ Fines de semana _____
feriados _____

15 A su criterio cree usted que la playa de General Villamil Playa es:

Amplia Reducida
Limpia _____ Sobresaturada _____

16 ¿Según su criterio qué aspecto le gustaría que mejore General Villamil Playas para que pueda disfrutar más de su visita?

Atención y servicios en hoteles _____ Alternativas de recreación _____
Mejorar la playa _____ Alternativas gastronómicas _____

17	¿Por qué usted asiste a General Villamil Playas?			
	Salud		Relajación	
	Costumbre	_____	Atención	_____
		_____		_____

Fuente: Elaboración propia.

3.9 Procesamiento y análisis de los resultados

Los datos que se presentarán a continuación en la tabla son los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a turistas y visitantes de General Villamil Playas detallando los resultados obtenidos en porcentaje de cada una de las preguntas planteadas en la encuesta, haciendo un breve análisis de estos resultados.

Resultados de Encuestas a Turistas – General Villamil Playas

total: 242

Género:

mujeres 142

hombres 100

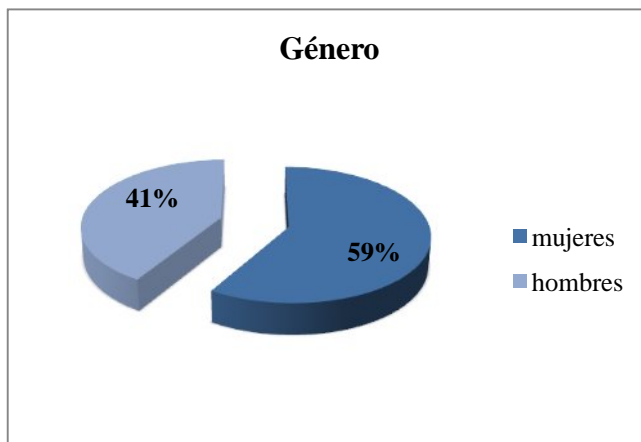


FIGURA No. 1.1. GRÁFICOS PORCENTUALES GÉNERO

Edades:

18 a 25 años
26 a 35 años
36 a 45 años

84
115
43

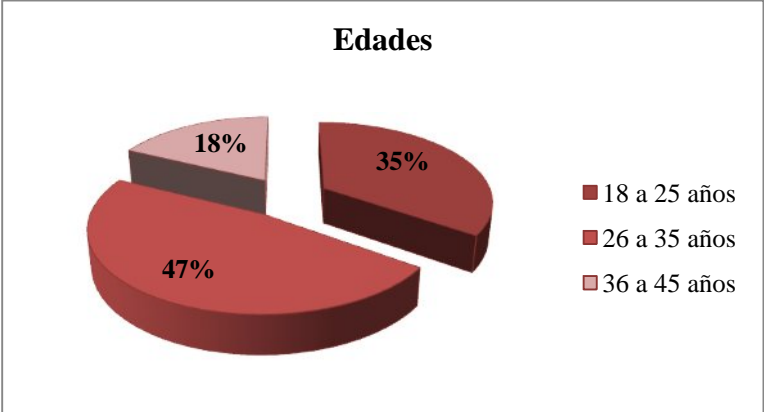


FIGURA No.1.2. GRÁFICOS PORCENTUALES EDAD

1. ¿Visita regularmente General Villamil Playas?

Total desacuerdo	12	5
Parcial desacuerdo	31	13
Intermedio	67	28
Parcial acuerdo	33	14
Total acuerdo	99	41

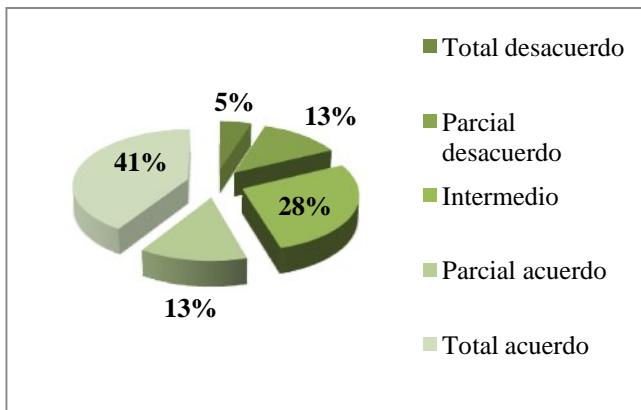
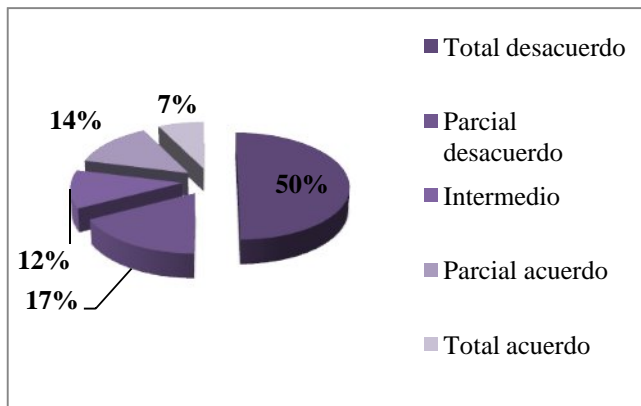


FIGURA No.1.3. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.1

Totalmente de acuerdo 40%, intermedio 28%, y parcial acuerdo 14%; es decir que la mayoría indica que asiste al balneario regularmente.

2. ¿Al momento de su llegada alguien le informó acerca de los servicios que posee el balneario?

Total desacuerdo	121	50
Parcial desacuerdo	42	17
Intermedio	28	12
Parcial acuerdo	33	14
Total acuerdo	18	7



Los resultados que se obtuvieron en ésta pregunta fue que al turista no se le informó de los servicios que se ofrecían, ya que el 50% está en total desacuerdo, total acuerdo 7% y parcial desacuerdo 17%.

FIGURA No.1.4. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.2

3. ¿Durante su visita algún establecimiento le ofreció un excelente servicio?

Total desacuerdo	115	48
Parcial desacuerdo	51	21
Intermedio	41	17
Parcial acuerdo	35	15
Total acuerdo	0	0

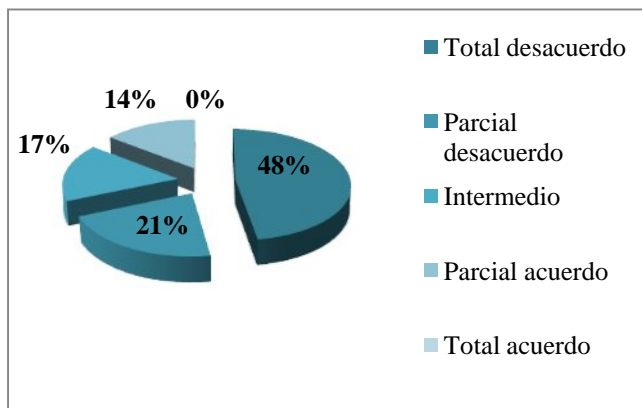


FIGURA No.1.5. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.3

El 47% de los turistas está en total desacuerdo, el 21% está en parcial desacuerdo y el 17% imparcial; al analizar estos resultados notamos que la mayoría de los turistas consideran que no recibieron una buena atención por parte de los empleados.

4. ¿Cree usted que los platos ofrecidos en el área de comida son de buena calidad?

Total desacuerdo	5	2
Parcial desacuerdo	2	1
Intermedio	162	67
Parcial acuerdo	17	7
Total acuerdo	56	23

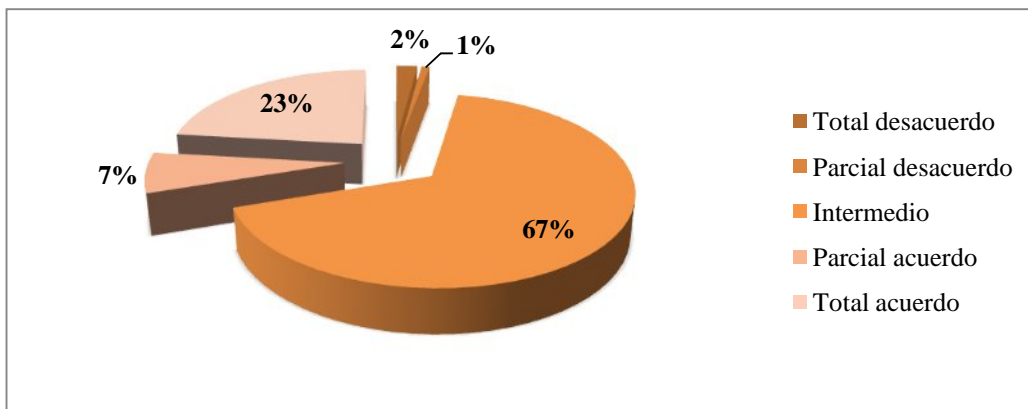


FIGURA No.1.6. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.4

El 67% se encuentra imparcial, 23% en total acuerdo, y el 7% en parcial acuerdo; considerando estos resultados se deduce que la mayoría de los turistas opina que los platos ofrecidos no son de buena calidad.

5. ¿Está conforme con el servicio recibido en el balneario?

Total desacuerdo	141	58
Parcial desacuerdo	49	20
Intermedio	25	10
Parcial acuerdo	9	4
Total acuerdo	18	7

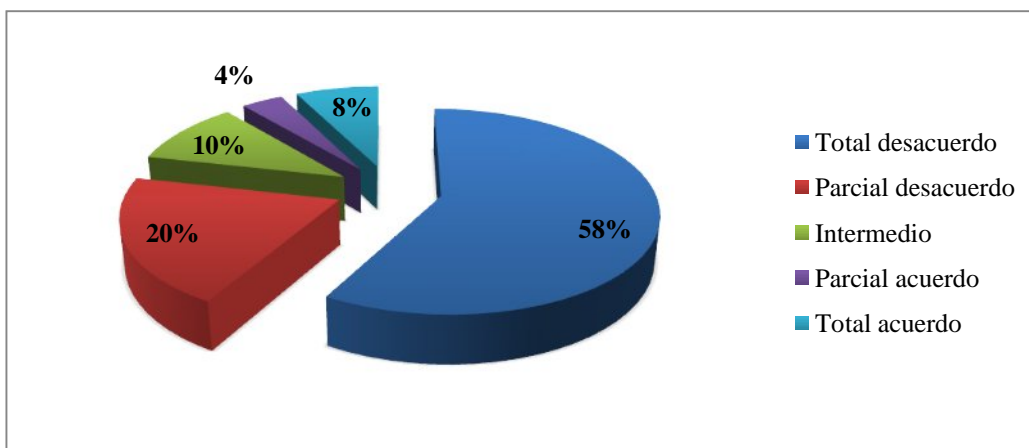


FIGURA No.1.7. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.5

Los resultados que se obtuvieron fue que el turista no está conforme con el servicio recibido, ya que el 59% se encuentra en total desacuerdo, 20% está en parcial desacuerdo y 10% se muestra imparcial.

6. ¿Le parece que los lugares públicos del balneario son adecuados para recibir turistas?

Total desacuerdo	1	0
Parcial desacuerdo	156	64
Intermedio	53	22
Parcial acuerdo	28	12
Total acuerdo	4	2

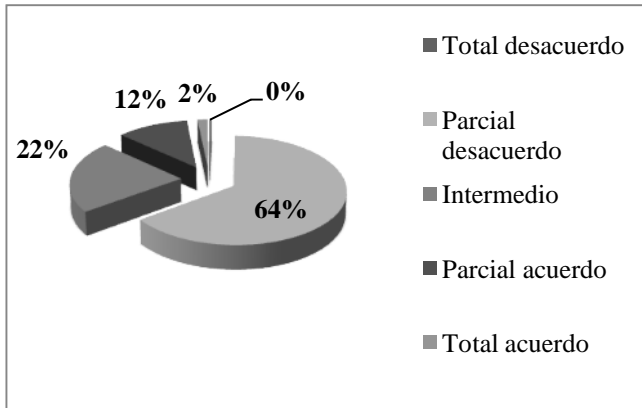


FIGURA No.1.8. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.6

El 64% se encuentra en parcial desacuerdo, 22% se muestra imparcial y 12% se encuentra en parcial acuerdo; dando como resultado que los turistas consideran que la mayoría de los lugares no son adecuados.

7. ¿Los lugares de alojamiento que se encuentran disponibles en Playas están en Playas están en buenas condiciones?

Total desacuerdo	8	3
Parcial desacuerdo	186	77
Intermedio	32	13
Parcial acuerdo	3	1
Total acuerdo	13	5

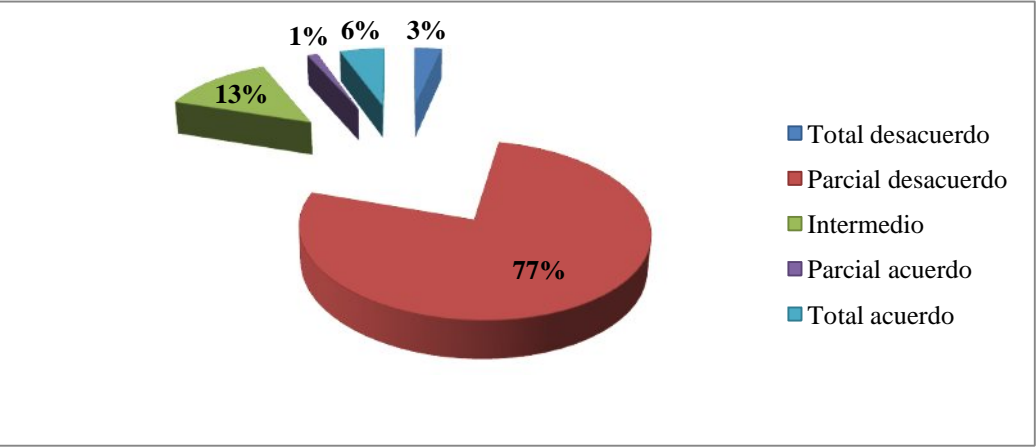


FIGURA No.1.9. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.7

Se pudo comprobar que a criterio de los turistas los lugares de alojamiento no se encuentran en buenas condiciones para su uso, debido a que el 77% de los encuestados se encuentra en parcial desacuerdo, 13% son imparciales, y un 5% esta en total acuerdo.

8. ¿Las áreas de recreación se encuentran en buen estado?

Total desacuerdo	38	16
Parcial desacuerdo	129	53
Intermedio	32	13
Parcial acuerdo	19	8
Total acuerdo	24	10

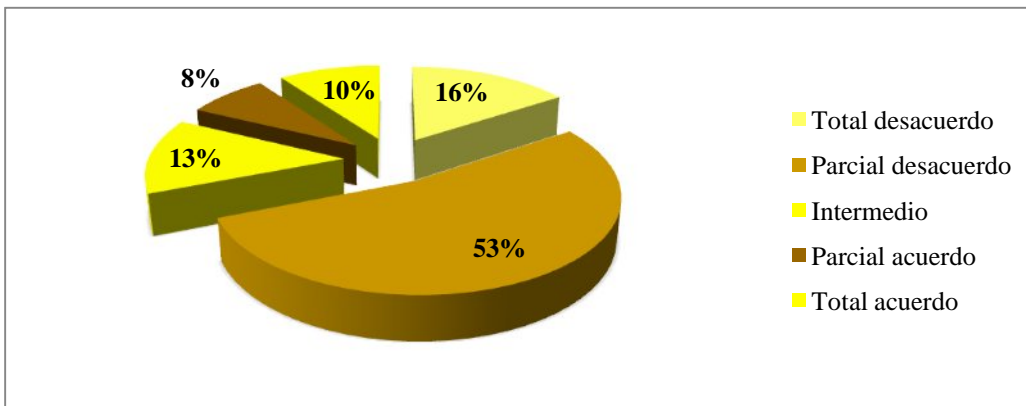


FIGURA No.2.1. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.8

El 53% de los turistas están en total desacuerdo, 16% se muestran imparciales, 13% total desacuerdo. De acuerdo a los datos presentados se demuestra que los encuestados opinaron que las áreas de recreación están en perfectas condiciones y que pueden hacer uso de ellas en cualquier instante.

9. ¿Las instalaciones del área de comida son de su agrado?

Total desacuerdo	125	52
Parcial desacuerdo	61	25
Intermedio	23	10
Parcial acuerdo	26	11
Total acuerdo	7	3

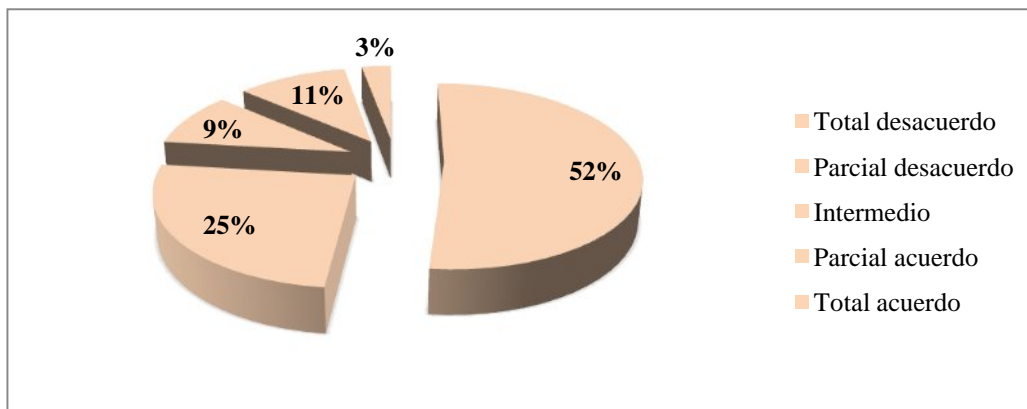


FIGURA No.2.2. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.9

El 51% está en total desacuerdo, 25% parcial desacuerdo y 11% parcialmente de acuerdo; al analizar estos resultados vemos que la mayoría de los turistas no están conformes con las instalaciones del área de comida que posee el balneario.

10. ¿Considera usted que los lugares turísticos del balneario contribuyen a la conservación del medio ambiente?

Total desacuerdo	7	3
Parcial desacuerdo	147	61
Intermedio	45	19
Parcial acuerdo	37	15
Total acuerdo	6	2

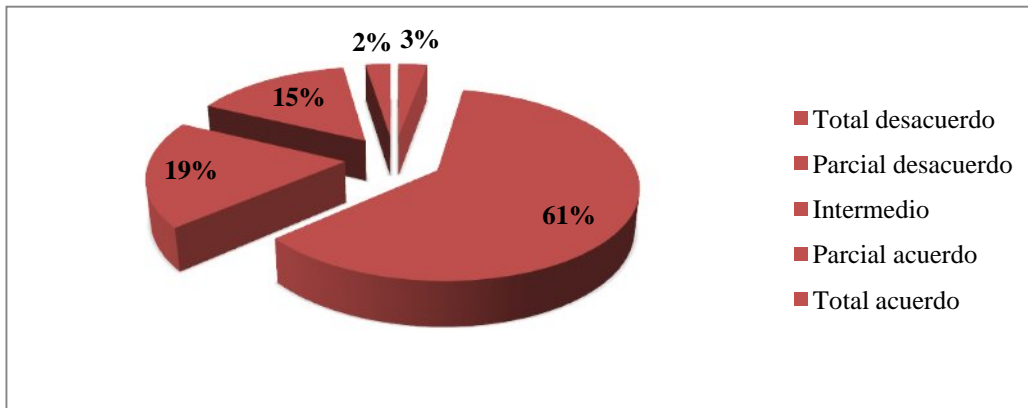


FIGURA No.2.3. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.10

Los encuestados opinaron de la siguiente manera: 60% totalmente de acuerdo, 19% intermedio y 15% parcialmente de acuerdo; lo que nos refleja que el turista considera que los lugares turísticos que posee el balneario si ayudan a la conservación del medio ambiente.

11,Cuando Ud. visita General Villamil, le llama más la atención:

Su paisaje	92	38
Su gastronomía	61	25
Su gente	57	24
La atención al turista	35	14

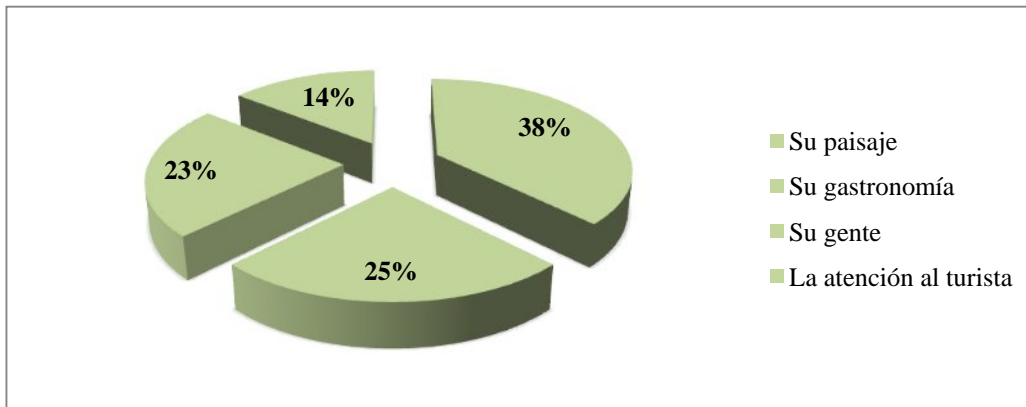


FIGURA No.2.4. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.11

El 38% de los encuestados opinan que el paisaje es lo que más atractivo tiene el lugar, el 25% su gastronomía, el 23% su gente y por el ultimo el 14% la atención al turista.

12. A su criterio cree usted que la playa de General Villamil tiene un buen uso en toda su extensión (14Km)?:

Si	90	37
No	152	63

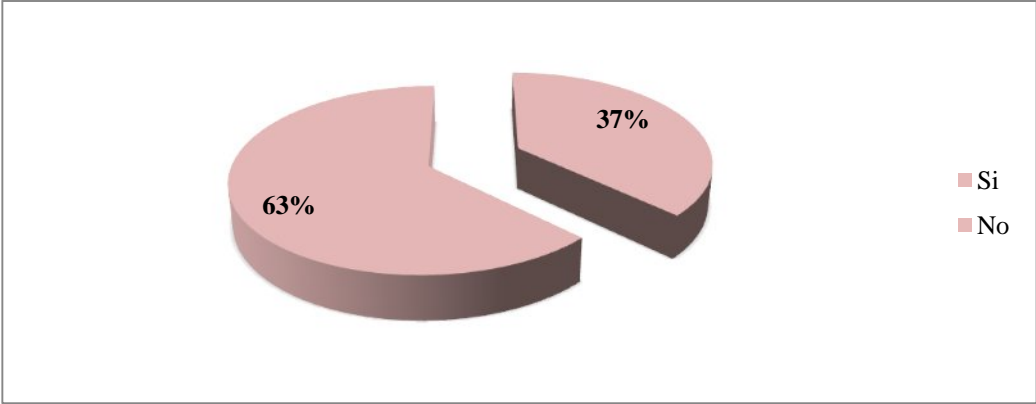


FIGURA No.2.5. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.12

El 62% considera que a pesar de toda la extensión de la playa de General Villamil, ésta no ha sido aprovechada de manera efectiva.

13. ¿A su criterio cree usted que la playa de General Villamil es ordenada y limpia?

Si	100	41
No	142	59

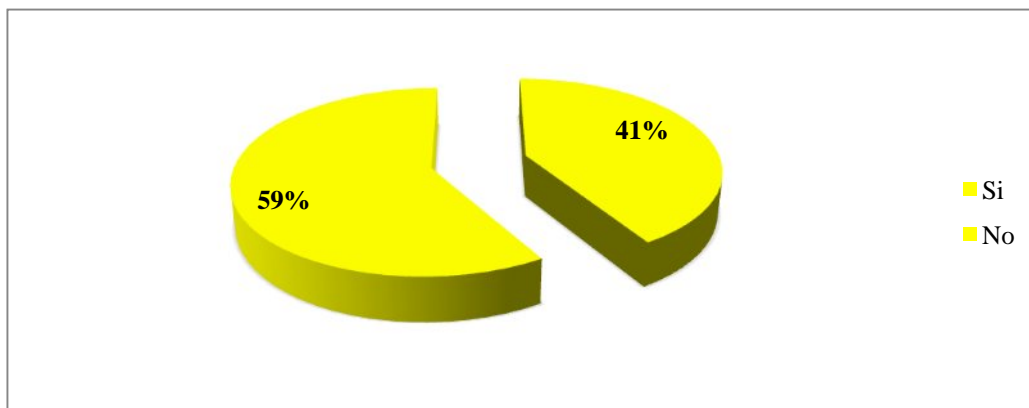


FIGURA No.2.6. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.13

El 59% de las personas encuestadas opinan que la playa de General Villamil no es ordenada y limpia, características importantes que el turista exige en un balneario.

14. Por lo general usted visita General Villamil Playas en:

Carnaval	61	25
Otro feriado	35	14
Semana santa	57	24
Fines de semana	92	38

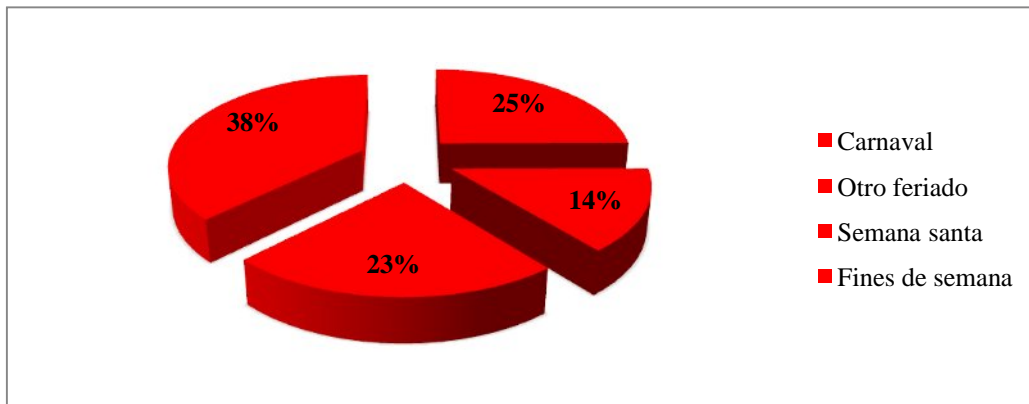


FIGURA No.2.7. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.14

Algunos encuestados contestaron más de una de las alternativas dadas, como resultado se obtuvo que el 38% visita el balneario los fines de semana, 25% asiste en carnaval y 23% acude en Semana Santa; estos datos reflejan que algunos turistas visitan el balneario en varias ocasiones especialmente para carnaval y Semana Santa.

15. A su criterio cree usted que la playa de General Villamil Playa es:

Amplia	161	67
Limpia	63	26
Reducida	5	2
Sobresaturada	13	5

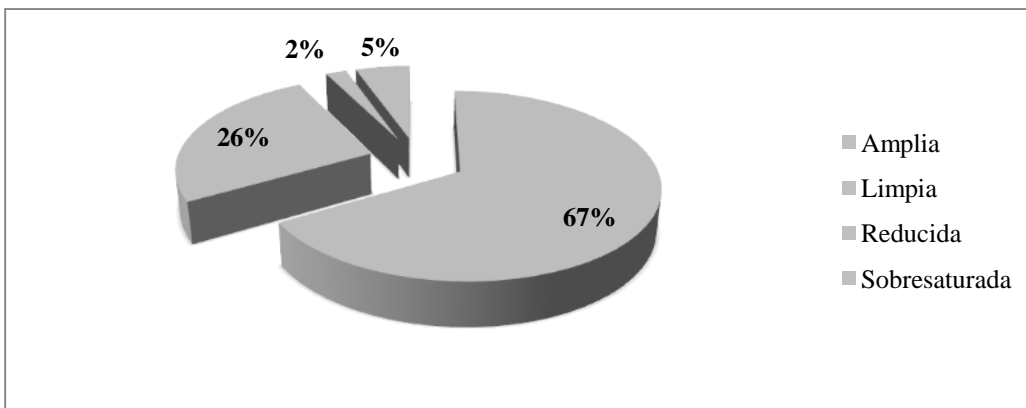


FIGURA No.2.8. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.15

El 67% de los encuestados considera que la playa es amplia, el 26% indicó que es limpia, y un 5% que es sobresaturada; de acuerdo a estos resultados se observa que para los turistas el balneario cuenta con suficiente espacio físico.

16. ¿Según su criterio qué aspecto le gustaría que mejore General Villamil Playas para que pueda disfrutar más de su visita?

Atención y servicios en hoteles	111	46
Mejorar la playa	38	16
Alternativas de recreación	64	26
Alternativas gastronómicas	29	12

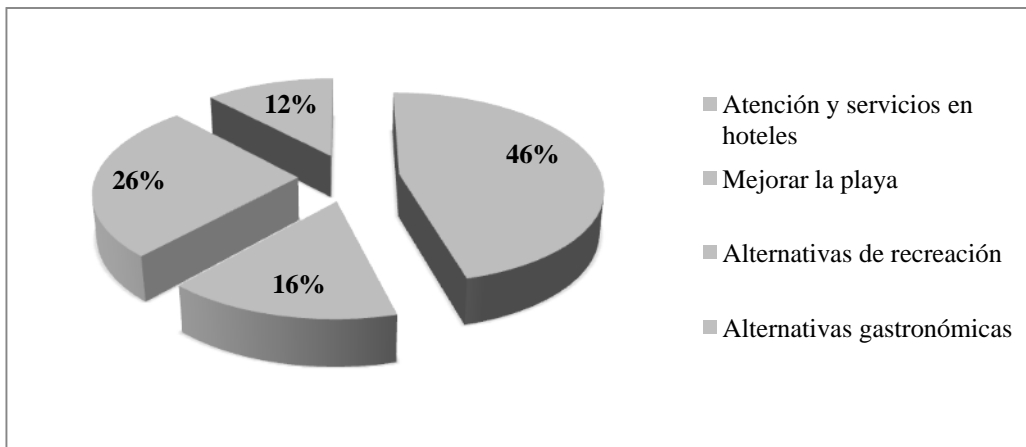


FIGURA No.2.9. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.16

Los encuestados marcaron más de una alternativa: 47% prefiere que se mejore la atención y servicios, 26% le gustaría que mejoren la playa, 15% que hayan más alternativas de recreación, 12% le gustaría que mejore la alimentación ya que quisieran que tengan más variedad de platos.

17. ¿Por qué usted asiste a General Villamil Playas?

Salud	77	32
Costumbre	37	15
Relajación	121	50
Atención	7	3

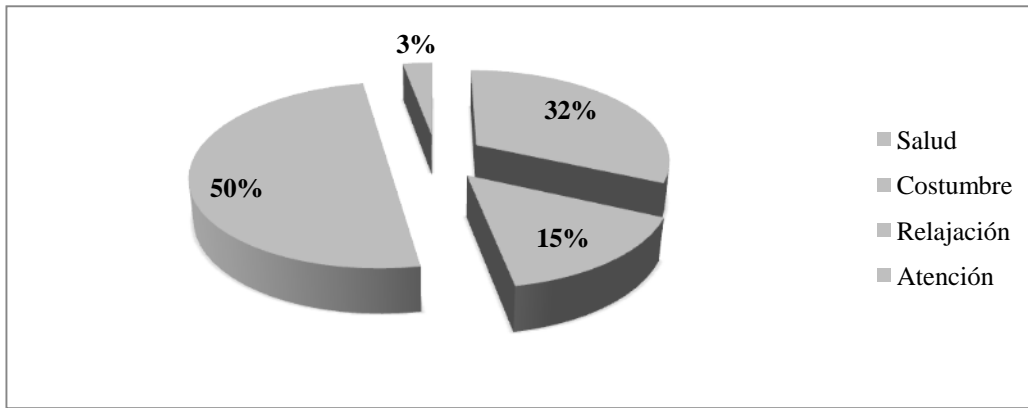


FIGURA No.3.1. GRÁFICOS PORCENTUALES PREGUNTA No.17

El 50% acude por relajación, 32% por salud y 15% por costumbre; analizando estos resultados se aprecia que los turistas visitan el balneario para pasar un tiempo relajado y libre de las preocupaciones diarias.

Fuente: Elaboración propia

Conclusión de la investigación

Las encuestas muestran claramente que aunque los turistas asisten regularmente al balneario, no están conformes con los servicios, la atención por parte de los empleados, la adecuación de los lugares turísticos, las condiciones de las áreas recreativas, las instalaciones del área de comida, el uso de su extensión, la limpieza y el orden entre otros factores. Esto demuestra que es necesario un plan para mejorar estos aspectos, para hacer de este balneario un punto turístico sobresaliente y gracias a la mejora de calidad de servicios lograr incrementar el turismo.

CAPÍTULO IV

EVALUACION DEL SISTEMA

4.1 Determinantes de la Calidad de servicio

Para efectuar la medición de la calidad de los servicios turísticos de un balneario en particular, según la OMT, se tomará como referente a los determinantes de la calidad, los mismos que se identifican en 10 categorías. Esto nos ayudará a evaluar y medir la calidad del servicio que el turista recibe en el balneario. Previamente se detallará un breve concepto de cada uno de los determinantes que se aplicarán. (Grönroos, C. 1994).

Fiabilidad: Consistencia de actuación y seguridad de funcionamiento, no errores o retrasos.

Responsabilidad: Buena voluntad o disposición de los empleados a proveer servicios.

Competencia: Conocimiento y habilidad del personal que tiene contacto con el público y del personal de apoyo operacional.

Acceso: Acercamiento y facilidad de contacto.

Cortesía: Educación, trato amistoso, consideración, tacto y respeto

Comunicación: Informar a los turistas y escucharles.

Credibilidad: Fiabilidad, honestidad y amabilidad.

Seguridad: Exención de peligro, riesgo o duda.

Armonía: Comprensión de las necesidades individuales del turista.

Apariencia: La física evidencia del servicio, el equipamiento físico y humano (instalaciones y personal). (Kandampully, J. 2001)

Se realizará el análisis de los determinantes de la calidad:

Fiabilidad: General Villamil cumple con este determinante porque brinda a los turistas seguridad en las playas, a pesar que existen un pequeño porcentaje de turistas que se quejan por la falta de elementos policiales, sobre todo en los feriados.

Responsabilidad: En los diferentes lugares turísticos se cuenta con un equipo de trabajo muy limitado para brindar servicio de información. Los empleados de hoteles, restaurantes, o encargados del área de servicio no siempre están atentos a las necesidades de los turistas.

Competencia: Las personas que atienden directamente al turista no siempre son las más capaces para las funciones operacionales.

Acceso: Gracias a la carretera Guayaquil-Playas, obra ejecutada por la Gobernación del Guayas, General Villamil se ha vuelto muy accesible. Dentro del balneario, este cuenta con amplias calles que bordean la playa, las mismas que sufren congestión vehicular en la noche cuando los bares y discotecas abren sus instalaciones.

Cortesía: Los empleados de hoteles, hostales, restaurantes, siempre tratan de brindar lo mejor de sí mismos para que el turista se sienta satisfecho y regrese; es decir son educados, atentos y dispuestos a cumplir con las peticiones de los clientes, si están dentro de sus posibilidades.

Comunicación: Al ingresar al balneario los residentes del lugar en su mayoría no tienen conocimientos de las diferentes alternativas que existen en este balneario y lugares aledaños, los empleados que trabajan en hoteles y restaurantes en su mayoría no hablan inglés, lo que dificulta la comunicación con turistas extranjeros.

Credibilidad: De acuerdo a la investigación realizada los servicios turísticos que ofrece Playas tratan de cumplir con lo que prometen y no se les da falsas expectativas de los servicios que van a encontrar a su llegada.

Seguridad: En las áreas propensas a accidentes, algunos lugares poseen señalización adecuada para evitar incidentes, por ejemplo las áreas alrededor de la playa tienen piso antideslizante (granito).

Apariencia: General Villamil Playas es una de las más hermosas y extensas playas que tiene la costa ecuatoriana, pero esto contrasta con la apariencia en sus locales de comida, por citar un ejemplo, donde las calles están sucias, hay mendicidad, algunas personas deambulan sin camisa y no presenta una buena imagen para el turista.

4.2 Fichas de medición de la calidad del servicio.

Para la elaboración de la ficha de medición de la calidad del servicio se tomó como referencia a los determinantes de la calidad, los cuales se los mencionó anteriormente en este capítulo. De acuerdo a los determinantes se estableció cinco aspectos a evaluar (apariciencia, cortesía, responsabilidad y armonía), los que se consideraron más importantes con respecto a la relación fundamental que existe entre los empleados y los clientes, ya que el comportamiento de los primeros determinará la calidad del servicio ofrecido. Como se explico en la metodología, estas fichas serán manejadas por la dirección de turismo del municipio.

TABLA No.1.3. MEDICIÓN DE LA CALIDAD

Medición de la Calidad			
Tema: Medición de la Calidad		Valoración	Ficha N°
Apariencia:			
Aseo, limpieza en la playa	<input type="checkbox"/>		
Las personas visten apropiadamente y tienen buena apariencia	<input type="checkbox"/>		
Apariencia personal y manera de vestir no apropiados	<input type="checkbox"/>		
Cortesía en el servicio:			
Amable con los turistas	<input type="checkbox"/>	Paciente y atento	<input type="checkbox"/>
Llamar a los turistas por su nombre	<input type="checkbox"/>	Los empleados sonríen	<input type="checkbox"/>
Competencia:			
El servicio motiva al turista a adquirir los servicios del hotel, restaurant, etc.	<input type="checkbox"/>		
Responsabilidad			
Se percibe que existe interés en el turista	<input type="checkbox"/>		
Armonía:			
Se siente a gusto	<input type="checkbox"/>		
Muy buen trato con clientes	<input type="checkbox"/>		
		Valoración	
Elaborado:		1: Excelente 2: Muy Bueno 3: Bueno	4: Regular 5: Malo

(Vavra, Terry 2000).

4.3 Priorización de los problemas existentes en General Villamil

Con los resultados de las encuestas, se establece la prioridad de cada uno de los problemas, por medio de la Matriz de Priorización:

TABLA No.1.4. PRIORIZACIÓN DE LOS PROBLEMAS EXISTENTES EN GENERAL VILLAMIL

Problemas	1	2	3	4
1.- Reclamos e insatisfacción de los turistas por mal servicio en hoteles y hostales				
2.- Restaurantes ubicados en lugares insalubres				
3.- No existen lugares de recreación aparte de la playa				
4.- Poco desarrollo en proyectos turísticos				

(Vavra, Terry 2000).

TABLA No.1.5. PRIORIZACIÓN No.2 DE LOS PROBLEMAS EXISTENTES EN GENERAL VILLAMIL

MODO DE FALLA	CAUSA	EFFECTOS
1.- Reclamos e insatisfacción de los turistas por mal servicio en hoteles y hostales	Porque el servicio no es conforme y precios exagerados en algunas ocasiones	No se cumple con sus necesidades ni expectativas
2.- Restaurantes ubicados en lugares insalubres	Pérdida para los restaurantes	Dejan de abrir sus locales
3.- No existen lugares de recreación aparte de la playa	Turista busca otros lugares y actividades turísticas y no las encuentra	Quejas, aburrimiento y repetición de las mismas actividades
4.- Poco desarrollo de limpieza y seguridad en lugares turísticos	Malestar en los turistas cuando visitan el balneario	Se van a otras playas

(Vavra, Terry 2000).

4.4 Selección de los problemas principales y consecuencias

De acuerdo a las encuestas realizadas a los turistas nacionales que visitan General Villamil Playas, se identifica las siguientes causas y efectos de los principales problemas que aquejan a este balneario en el aspecto turístico:

TABLA No.1.6. PROBLEMA, CAUSA Y EFECTOS

PROBLEMA	CAUSA	EFECTOS
1.- Reclamos e insatisfacción de los turistas por mal servicio en hoteles y hostales	Porque el servicio no es conforme y precios exagerados en algunas ocasiones	No se cumple con sus necesidades ni expectativas de los turistas
2.- Restaurantes ubicados en lugares insalubres	Pérdida económica para los restaurantes y turistas disconformes	Restaurantes dejan de abrir sus locales
3.- No existen lugares de recreación aparte de la playa	Turista busca otros lugares y actividades turísticas y no las encuentra	Quejas, aburrimiento y repetición de las mismas actividades
4.- Poco desarrollo de limpieza y seguridad en lugares turísticos	Malestar en los turistas cuando visitan el balneario	Se van a otras playas

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO V

PLAN DE CALIDAD DEL SERVICIO TURISTICO EN GENERAL VILLAMIL

5.1 Propuesta

De acuerdo a la investigación realizada a través de las encuestas y el diagnóstico de los principales problemas que presenta el balneario, se propone un plan de calidad del servicio turístico en General Villamil.

Concepto del Plan de Calidad

Es un documento que establece las prácticas específicas de calidad, recursos y secuencia de actividades relativas a un servicio en particular. (Brocka, Bruce & Brocka, Suzanne. 1992).

El siguiente diseño del Plan de calidad de los servicios turísticos, estará enfocado para General Villamil Playas, de acuerdo a las necesidades que se identificaron en el diagnóstico de la calidad, el cual se realizó en los capítulos anteriores de esta investigación.

La calidad de los servicios debe incorporarse desde el diseño, para lograr ofrecer un buen servicio, captar más turistas y ser competitivos en el sector, las empresas que ofrecen servicios al turista tienen que plantearse sus objetivos, y buscar la manera más conveniente para cumplirlos.

5.2 Objetivos del plan de calidad

- Mejorar el desempeño de los negocios que ofrecen servicios y productos a los turistas a través del diseño del Plan de calidad de los servicios turísticos.
- Dictar seminarios relacionados sobre la calidad de servicio, apariencia física y personal a través de la capacitación permanente, desarrollando programas enfocados en atención al cliente.
- Involucrar a la comunidad microempresaria para que se comprometa a cumplir con las prácticas específicas de la calidad para captar la fidelización de los turistas.
- Fomentar el uso racional y conservación de los recursos turísticos a través de programas para la preservación, conservación, aprovechamiento y manejo sustentable de los espacios naturales.

5.3 Actores del turismo

Previamente se identificarán los actores que se involucran en el diseño del Plan de Calidad de los servicios turísticos. Los actores que intervienen en la visita a un destino son los siguientes:

- **Oficinas de información turística:** Existe centralidad turística en la playa de General Villamil, normalmente las oficinas de información turística se encuentran en el centro de la ciudad, sin embargo esta oficina no cumple con el propósito para la cual fue implementada.

- **Comerciantes:** Esta actividad turística se encuentra en toda la ciudad, especialmente en el centro.
- **Artesanos:** Se puede adquirir y apreciar las artesanías que realizan las personas dedicadas a la elaboración de esta actividad.
- **Atractivo turístico:** se realizó un inventario turístico de los atractivos que se encuentran dentro del área de influencia, para que el turista pueda tener más lugares para visitar dentro de la misma ruta.
- **Policía de turismo:** Tiene las funciones de adelantar labores de vigilancia y control en el balneario, atender labores de información turística y orientar a los turistas.

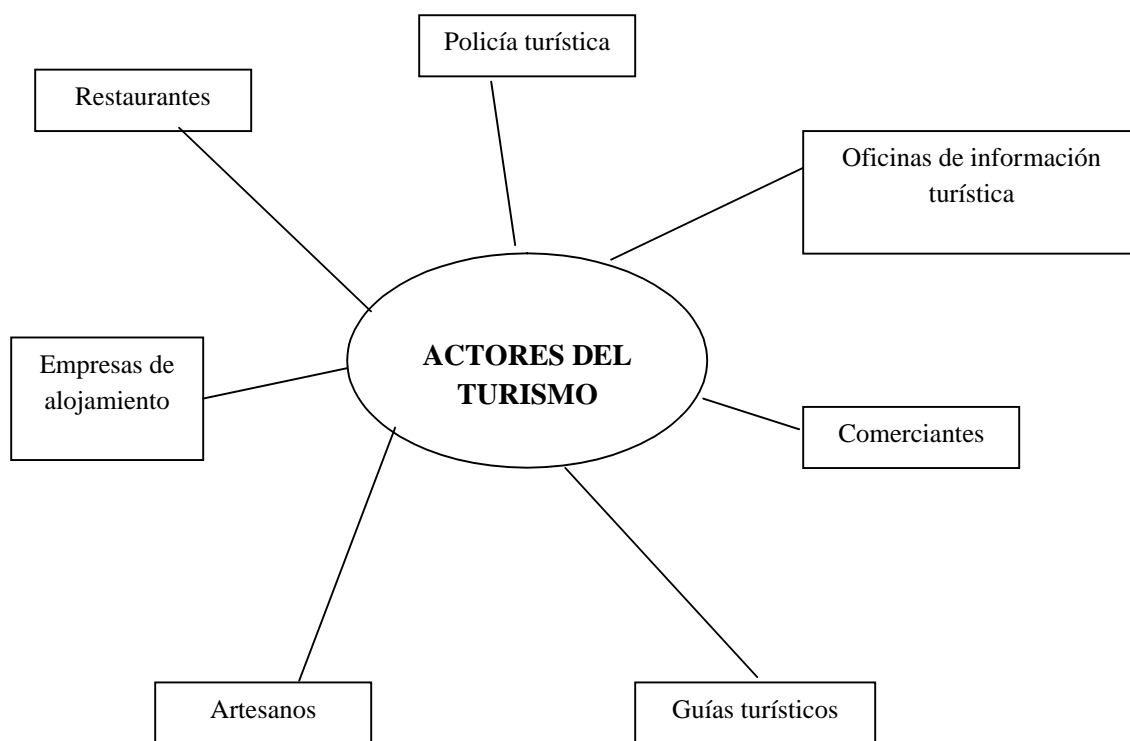


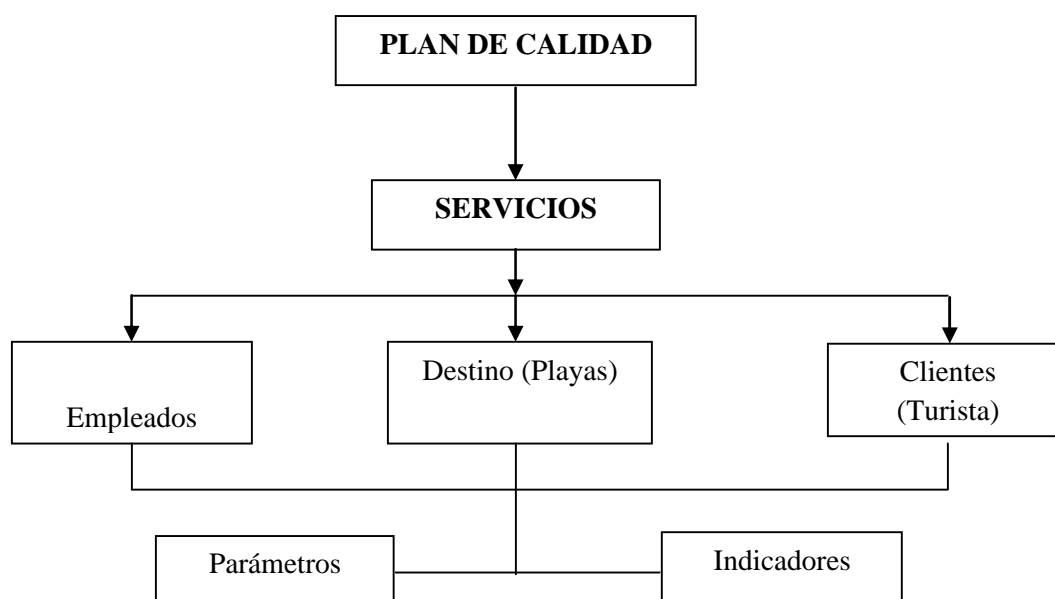
FIGURA No.3.2. ACTORES DEL TURISMO

Fuente: Elaboración propia

Una vez identificados los factores principales que intervienen en la actividad turística, se procederá a elaborar el plan de calidad de los servicios, el cual se detallará más adelante.

Desarrollo

FIGURA No.3.3. PLAN DE CALIDAD



Fuente: Elaboración propia

Mediante el diagnóstico se identificaron tres factores principales dentro de los balnearios:

- El Cliente (turista)
- El Empleado
- El Destino (balneario)

5.4 El cliente: el turista

El amplio mercado que existe ha hecho que el cliente se vuelva más exigente en cuanto al servicio que requiere y a la calidad del mismo, debido a esto el personal debe conocer al pie de la letra los productos o servicios que ofrecen incluso tener la capacidad de proponer alternativas nuevas.

Se realizará una ficha donde el cliente podrá evaluar al empleado y al destino, y de esta forma nos ayudará a establecer sus inquietudes y necesidades, con respecto al balneario; para esto previamente se identificaron parámetros e indicadores a evaluar.

TABLA No.1.7. PARÁMETROS E INDICADORES DEL BALNEARIO
PARÁMETROS E INDICADORES DEL BALNEARIO

PARÁMETROS	SERVICIO	INSTALACIONES Y EQUIPOS
INDICADORES	Nivel de satisfacción del servicio	Establecimiento y delimitación de senderos
	Conformidad con los precios establecidos	Señalética
	Nivel de satisfacción del atractivo	Mantenimiento adecuado
		Accesibilidad al destino

(Vavra, Terry 2000).

5.5 El empleado

Se identifica de esta manera a los empleados que trabajan dentro de una empresa o negocio que tenga contacto directo con el turista; es importante establecer si ellos están satisfechos con sus funciones y con el ambiente de trabajo, ya que de esta manera se logrará brindar un mejor servicio a los turistas. Entre las actitudes que deben tener principalmente están: paciencia, constancia, responsabilidad en sus funciones, aceptar sus errores; y como habilidad deben capacitarse constantemente, para que puedan brindar un servicio de calidad.

Los propietarios de establecimientos turísticos del balneario pueden medir la calidad de sus empleados utilizando la siguiente ficha que les mostrará si el empleado está satisfecho con sus funciones y verificar si está en la capacidad de seguir atendiendo. Es recomendable que se realice esta evaluación cada mes, para ir corrigiendo los errores cometidos e irlos motivando.

Para esto se establecieron parámetros e indicadores, los cuales nos ayudará en la realización de la ficha donde los empleados podrán evaluar el ambiente de trabajo, y de esta forma nos ayudará a establecer sus inquietudes y necesidades, para que mejore su desempeño y que ofrezca un servicio de calidad a los turistas.

TABLA No.1.8. PARÁMETROS E INDICADORES DEL AMBIENTE DE TRABAJO

PARÁMETROS E INDICADORES DEL AMBIENTE DE TRABAJO			
PARÁMETROS	SEGURIDAD	ARMONÍA	RELACIÓN CON COMPAÑEROS
INDICADORES	Contrato	Conformidad con las funciones encomendadas	Apoyo a sus compañeros
	Medidas en caso de accidentes	Conformidad con el salario	Trabajo en equipo
	Posee herramientas necesarias y adecuadas para sus funciones	Cuida la imagen que muestra a los turistas	Relación con sus jefes
	Capacitación	Manejo de problemas	

(Vavra, Terry 2000).

5.6 Destino

Es la concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades del turista; para lograr estas condiciones de calidad turística en un “destino” asociado a la variable geográfica, se requiere del trabajo y el desarrollo armónico y conjunto de todos los actores y prestadores que intervienen en la actividad turística, en este caso uno de los más importantes serían los empleados ya que son los que brindan los servicios, por esta razón se elaborara una tabla sobre parámetros e indicadores de los empleados.

Los balnearios presentan un turismo estacionario, por lo cual es importante tener en cuenta la capacidad de manejo por empleado para mantener la calidad del servicio tanto en temporada alta como en temporada baja.

Conforme a los parámetros e indicadores que se identificaron previamente se realizará una ficha donde los propietarios podrán evaluar al empleado.

TABLA No.1.9. PARÁMETROS E INDICADORES DE LOS EMPLEADOS

PARÁMETROS E INDICADORES DE LOS EMPLEADOS				
PARÁMETROS	DESEMPEÑO DEL EMPLEADO	IMAGEN DEL EMPLEADO	ACTITUD DEL EMPLEADO	DESEMPEÑO DEL ADMINISTRADOR
INDICADORES	Manejo de idiomas	Utilización de uniforme de manera correcta	Responsabilidad	Manejo de grupos
	Utilización correcta de las herramientas de trabajo	Aseo e higiene personal	Puntualidad / Iniciativa	Motivador
	Cumple con sus funciones		Trabajo en equipo / cooperación	Detectar oportunidades para implementar nuevos servicios
	Manejo de problemas		Respeto al cliente	Responsabilidad / Asume riesgos

Fuente: Elaboración propia

En relación a la valoración que tiene cada una de las Fichas de medición de la calidad de los servicios, donde se encuentran identificados los tres actores se ha establecido lo siguiente:

Excelente/Sí: Si se encuentra en esta valoración el balneario tendrá que mantener la calidad de sus productos y servicios, emprender nuevos procesos e ir implementando nuevos productos y servicios que superen a los anteriores.

Es decir que tienen que innovar: los servicios, productos, materiales, procesos, ir desarrollando nuevas habilidades, formación del personal, nuevos estudios de mercadeo, etc.

Muy Bueno: El ubicarse en esta valoración no está mal, aquí se puede identificar mediante la calificación cuáles fueron las debilidades y falencias que su hubiesen tenido para tomar medidas correctoras.

Bueno: En esta valoración se requiere prestar más atención con respecto a los puntos en cuales se han identificado falencias y se deben buscar alternativas o reprogramar los procesos y servicios en los que se están cometiendo errores para mejorar y ofrecer un mejor servicio.

Regular: Si califica dentro esta valoración es porque no se están cumpliendo con ciertos indicadores y se está cayendo en calidad del servicio que se quiere ofrecer, hay que identificarlos y corregirlos de la mejor manera posible.

Malo/No: Se hará un seguimiento para identificar cuál es el problema.

- Si el problema es el empleado tratar de investigar que le pasa, conocer si esta conforme en la función o simplemente tratar de cambiarlo y de esta forma tener una mejor apreciación del empleado y ver como se desenvuelve en otras áreas.
- Si el problema es de la empresa como tal, entonces se deben identificar los puntos o procesos que tienen errores y corregirlos lo más pronto posible.

5.7 Controles y Recomendaciones de las Prácticas específicas del Plan de calidad.

Establecidos cada uno de los actores que intervienen en el plan de calidad y presentadas cada una de las fichas de medición de la calidad de los servicios turísticos se procederá a asignar las prácticas específicas que tienen que realizar General Villamil Playas en cada una de sus áreas, es necesario poner más énfasis en el medio ambiente, debido a que el principal atractivo y servicio que poseen es el recurso natural, además que en la actualidad ya se percibe los problemas que acarrea el calentamiento global, es de vital importancia hacer conciencia en estos destinos debido a que tienen un turismo incipiente, y aún están a tiempo para implementar estos programas y obtener buenos resultados. Es decir que se deben establecer técnicas y medidas, simples y de bajo costo para mantener el recurso natural, las mismas que nos ayudarán a disminuir los impactos negativos en todos los establecimientos que estén dispuestos a mejorar y proteger el medio ambiente, para una mejor visualización esta prácticas se dividirán por áreas:

Limpieza y Aseo en Hoteles y hostales:

- Utilizar productos que no perjudiquen el medio ambiente y en especial al turista.
- Mantener en buenas condiciones los senderos, preocuparse por las vías de acceso al balneario para que los turistas puedan llegar fácilmente.
- Realizar un mantenimiento continuo de los grifos para evitar las pérdidas por fugas.

- Ventilar las habitaciones para evitar usar el uso de ambientadores.
- Al utilizar los productos de limpieza seguir las recomendaciones del fabricante en cuanto a dosificación, para asegurar un uso correcto y evitar la contaminación.
- Comprar paños, detergentes y bolsas de basura que sean reciclables y en cuyos procesos de fabricación no se dañe el medio ambiente.

Servicios de atención

- Garantizar de manera permanente la existencia de un servicio de atención de emergencias médicas propio o a través de contrato a terceros.
- Brindar la seguridad de los turistas dentro del balneario.
- Identificar y señalizar correctamente las áreas del balneario, indicando usos y actividades permitidas y prohibidas.
- Realizar la señalización correspondiente para personas con capacidad visual restringida y utilizar materiales reciclables.
- Instalar el servicio de comunicación telefónica, implementar el servicio de primeros auxilios.

- Facilitar el uso de sanitarios públicos, que se encuentren limpios y de libre acceso durante toda la temporada.
- Contar con un servicio de limpieza general para todas las áreas.
- Realizar el retiro diario de todos los elementos recolectados, limpiar y desinfectar todas las áreas.
- Aprovechar al máximo la luz solar, es más sana y barata, y emplear la luz artificial sólo como complemento.

Zonas de ocio

- Si el hotel tiene piscina realizar un monitoreo de la calidad del agua natural mínimo dos veces al año.
- Fomentar desde el centro turístico actividades de ocio y diversión respetuosos con el medio ambiente: rutas a caballo, senderos a pie o en bicicleta y visitas a lugares de interés medioambiental.
- Evitar prácticas deportivas que causen impacto en la naturaleza: uso de motos acuáticas, paseos en coche, etc.
- Realizar jornadas, cursos o actividades de educación ambiental para los turistas.

Restaurantes - Cocina

- Lavar toda la vajilla con abundante agua y jabón.

- Tapar los recipientes y cazuelas al cocinar, evitando que las moscas se posen en los alimentos.
- Descongelar periódicamente el frigorífico ya que el hielo aumenta el consumo de electricidad y baja su eficacia.
- Descongelar los alimentos en el interior de la nevera, para así aprovechar la energía que se ha utilizado para congelarlos. Esta práctica es además más higiénica y hay menos posibilidad de contaminar los alimentos.

Educación de turistas y trabajadores

- Realizar formación entre los empleados para que éstos puedan informar y comunicar a los clientes las mejoras ambientales que ofrecen su establecimiento. De este modo se fomentará la participación y colaboración de los mismos en la ejecución de las medidas y prácticas ambientales.
- Proveer al personal de todo el equipamiento necesario para el desempeño seguro de sus labores.
- Suministrar capacitación periódicamente al personal en el uso adecuado de sus actividades.
- Motivar a los empleados mediante el reconocimiento ante los turistas o a través de una capacitación. Sería recomendable realizarlo cada tres meses.

- Descubrir en cada empleado sus capacidades, para mejorar su potencial, facilitar toda la información adecuada y necesaria para asumir las responsabilidades en su área de trabajo.

Seguridad en las Instalaciones

- Publicar mediante cartelera a usuarios y personal sobre el uso correcto de las instalaciones, así como las debidas prevenciones y restricciones a tener dentro del balneario.
- Colocar extintores para incendios en áreas estratégicas.
- Establecer e identificar las salidas de emergencia.

Capacitación y toma de conciencia para el personal

Definir la capacitación necesaria que debe recibir todo el personal, incluida la dirección de la organización, a partir de las habilidades y conocimientos actuales del mismo. La capacitación debe incluir los conocimientos necesarios para la correcta implementación de las presentes normas, contemplando los siguientes temas:

- Política de la calidad en el servicio y medio ambiental.
- Responsabilidad y autoridad
- Leyes y reglamentos aplicables al balneario.
- Conocimientos básicos sobre atractivos locales y oferta turística de la zona.
- Proporcionar información básica para mantener una comunicación efectiva.

CAPITULO VI

IMPACTO AMBIENTAL

6.1 Descripción del método a utilizar

Para determinar las áreas o segmentos influenciados y el nivel del impacto ambiental que produciría la implementación del proyecto, se utilizará el método de la Matriz de Leopold, que consiste en tratar de calificar, de una manera cualitativa, la magnitud e importancia del efecto producido por una actividad realizada por el proyecto, sobre un factor ambiental determinado.

Para calificar los impactos tanto positivos como negativos, se utilizan las siguientes tablas:

TABLA No.2.1. IMPACTOS NEGATIVOS

IMPACTOS NEGATIVOS					
MAGNITUD			IMPORTANCIA		
Intensidad	Afectación	Calificación	Duración	Influencia	Calificación
Baja	Baja	-1	Temporal	Puntual	1
Baja	Media	-2	Media	Puntual	2
Baja	Alta	-3	Permanente	Puntual	3
Media	Baja	-4	Temporal	Local	4
Media	Media	-5	Media	Local	5
Media	Alta	-6	Permanente	Local	6
Alta	Baja	-7	Temporal	Regional	7
Alta	Media	-8	Media	Regional	8
Alta	Alta	-9	Permanente	Regional	9
Muy alta	Alta	-10	Permanente	Nacional	10

Fuente: Pardo, Mercedes (2002)

TABLA No.2.2 IMPACTOS POSITIVOS

IMPACTOS POSITIVOS						
MAGNITUD			IMPORTANCIA			
Intensidad	Afectación	Calificación		Duración	Influencia	Calificación
Baja	Baja	1		Temporal	Puntual	1
Baja	Media	2		Media	Puntual	2
Baja	Alta	3		Permanente	Puntual	3
Media	Baja	4		Temporal	Local	4
Media	Media	5		Media	Local	5
Media	Alta	6		Permanente	Local	6
Alta	Baja	7		Temporal	Regional	7
Alta	Media	8		Media	Regional	8
Alta	Alta	9		Permanente	Regional	9
Muy alta	Alta	10		Permanente	Nacional	10

Fuente: Pardo, Mercedes (2002)

6.2 Explicación de Matriz de Leopold

En la matriz se detallan las actividades del proyecto (columnas), que causan impacto en el medio ambiente. También se muestra los factores ambientales (filas) que son afectados por la implementación del proyecto. En la intersección de las actividades con los factores ambientales, se coloca la calificación de la magnitud en el triángulo superior y la calificación de su importancia en el triángulo inferior. Luego se debe multiplicar la magnitud por la importancia para obtener la calificación de cada impacto. Una vez obtenidas las calificaciones, se procede a sumar las cantidades de las filas y las cantidades de las columnas para obtener la agregación de impactos, que muestra cuan beneficiada o perjudicada fue la actividad para el medio ambiente, o cuan beneficiado o perjudicado fue el factor por las actividades realizadas por el proyecto.

TABLA No.2.3. MATRIZ LEOPOLD DEL PROYECTO

MATRIZ LEOPOLD DEL PROYECTO

	Actividades	Investigación y obtención de información		Plan de calidad de servicios		Ubicación del proyecto		Afectaciones Positivas	Afectaciones Negativas
<i>Factores Ambientales</i>									
<i>Buen uso de la playa</i>			3		2			10	
		2		2					
<i>Zona</i>							1	3	
						3			
<i>Generación de Gas, polvo</i>					-4				-4
				1					
<i>Ruido</i>					-3				-6
				2					
<i>Afectaciones Negativas</i>					-10				-10
<i>Afectaciones Positivas</i>			6		4		3	13	

Fuente: Pardo, Mercedes (2002)

Finalmente, para la comprobación, se suma la agregación de impactos (columna y fila) las cuales deben sumar lo mismo. El valor obtenido determinará si el proyecto es positivo o negativo para el medio ambiente.

En la tabla vemos que el proyecto es positivo para el medio ambiente, pues es beneficioso en las diversas actividades de la propuesta.

6.3 Minimización de los posibles impactos ambientales

La propuesta debe desarrollar capacidades y apoyar los mecanismos para lograr la política, objetivos y metas ambientales, para ello, es necesario enfocar al personal, sus sistemas, su estrategia y sus recursos. Por lo tanto, se debe insertar la gestión ambiental en el plan de calidad. En consecuencia, se hace imprescindible contar con un programa de capacitación dirigido a todos los involucrados en el plan de mejoramiento del servicio turístico de General Villamil Playas, con los siguientes tópicos:

- Se debe motivar y crear conciencia en las personas involucradas en los servicios turísticos.
- Se debe impartir educación ambiental permanentemente e incorporar criterios ambientales. Además, se debe conocer los requisitos reglamentarios, normas internas, políticas medioambientales.

La propuesta debe medir, monitorear y evaluar su comportamiento ambiental, puesto que así, se asegura que actúa en conformidad con el programa y metas medioambientales. Por lo tanto se deben efectuar auditorías periódicas del desempeño ambiental de los establecimientos que prestan servicio turístico, con el objeto de determinar cómo está funcionando y si se requieren modificaciones.

6.4 Impacto social

En el tema social se pueden medir el impacto sobre la seguridad y la calidad de vida de los residentes en General Villamil, de los turistas, y visitantes de este balneario además el desarrollo social del lugar turístico, etc.

También se puede medir el impacto en el empleo: impactos sobre la creación y transformación de empleo (efectos de la deslocalización, sustitución de puestos de trabajo, salud y seguridad humana, etc.).

TABLA No.2.4. MATRIZ LEOPOLD No.2

MATRIZ LEOPOLD

	Actividades	Información preliminar	Plan de calidad de servicios	Ubicación del proyecto	Afectaciones Positivas	Afectaciones Negativas
Factores sociales						
Seguridad y calidad de vida		3		3	15	-3
		-1	2	3		
Desarrollo social		-2		3	6	-7
		2	2	3		
Empleo		-1		4	12	-2
		2	3			
Afectaciones Negativas		-9		-3		-12
Afectaciones Positivas			24	9	33	

Fuente: Pardo, Mercedes (2002)

En la tabla vemos que el proyecto es positivo socialmente pues es beneficioso en las diversas actividades de la propuesta.

6.5 Impacto cultural

La propuesta presenta un impacto positivo, concluyendo en que presenta:

- Alternativas de servicios que no desplaza las actividades tradicionales del lugar
- Se puede llevar un trabajo en comunidad, por medio de acuerdos y compromisos de trabajo con reglas claras.
- El turista buscará integrarse a los modos y costumbres tradicionales, valorando las experiencias, la historia, mitos, actividades, etc.
- Por medio de políticas y normas claras asegura la sostenibilidad del patrimonio natural y cultural de General Villamil Playas
- Promueve los precios justos y por medio de ello el involucramiento de los sectores artesanales.
- Revitaliza las expresiones culturales como la música la danza, ritualidad, mitos, cuentos, leyendas del lugar

6.5 Impacto económico

En cuanto al tema económico se mide el impacto sobre el desarrollo geográficamente equilibrado y la atribución de poder a los comerciantes y dueños de hoteles, hostales y restaurantes a nivel local.

Por lo que el proyecto tiene un impacto económico positivo debido a que:

- Dinamiza e integra la economía local
- Fortalecerla economía en términos de trabajo colectivo y la redistribución de los beneficios.
- Desarrolla nuevas iniciativas para incluir el trabajo de los sectores vulnerables.
- Aporta a la economía nacional a través del turismo masivo en la zona costera.
- Beneficios económicos de su operación se pueden revertir a la localidad para el mejoramiento de su nivel de vida.
- Genera empleo, evitando altos índices de migración.
- Dinamiza la economía local.
- Brinda la oportunidad de mejora de servicios básicos para otorgar un mejor servicio a los visitantes.

CAPITULO VII

ESTUDIO FINANCIERO

7.1 Inversión Inicial

En el anexo N° 3 se presenta la inversión inicial del proyecto, para lo cual se estableció una inversión de \$1.091,50 dólares, que incluye los recursos necesarios para llevar a cabo el presente estudio, tales como equipos de computación, gastos administrativos, materiales de oficina y una cantidad fija para imprevistos.

7.2 Balance Inicial

En el anexo N°4, se muestra el Balance Inicial de la propuesta integral de mejoramiento del turismo de sol y playa como medio efectivo para el incremento de turistas que visitan el balneario General Villamil de la provincia del Guayas, donde se puede observar los activos, pasivos y patrimonio del proyecto.

7.3 Sueldos

En el anexo N°5, se puede observar los sueldos de las personas encargadas de desarrollar este estudio han sido asignados en base a sus funciones, en el presente estudio se considera necesario el trabajo de las siguientes personas, director del proyecto, dos asesores y un encuestador, no se necesitan proyecciones a un año debido a que para cumplir el estudio se necesita aproximadamente solo dos meses de trabajo de dichas personas.

7.4 Depreciación y Amortización

En el anexo N° 6, se expone un aspecto importante a considerar en la evaluación del presente estudio es el de la depreciación respecto a la vida útil de los activos fijos, en este caso equipos de computación se depreciarán a 3 años y los materiales de oficina en 10 años.

7.5 Presupuestos Consultoría

En el anexo N° 7, se muestran los presupuestos para el estudio, exponiendo primero los honorarios para los profesionales que lo desarrollan, el gasto en dólares de lo que representa ir al lugar del estudio, el gasto en dólares para manejar lo que es la papelería para informes y el costo del tóner para hacer impresiones, por último se contempla una cantidad en dólares para posibles imprevistos y el 10% de utilidad del subtotal.

Debido a que se considera vender este estudio, se resta el costo total de la consultoría, menos la inversión inicial para obtener una ganancia esperada de \$3.144,50 dólares.

CONCLUSIONES

- A través del presente trabajo de investigación se logró realizar el diagnóstico de la calidad de los servicios de General Villamil Playas donde además se diseñó el Plan de calidad de los servicios turísticos, es decir que se cumplió con el objetivo general.
- Con las características del balneario se logró identificar las actividades turísticas que posee, lo cual va a ayudar al turista a conocer que servicios brinda cada uno de ellos.
- Mediante las encuestas realizadas se pudo identificar cuáles eran las necesidades de los turistas y evidenciar las condiciones en que se ofrecen los servicios en el balneario y comprobar el nivel de satisfacción, es decir que se comprobó la hipótesis planteada.
- Se pudo definir que por ser un balneario su principal atractivo es un recurso natural; por lo que se recomienda que las autoridades cantonales y del Estado tomen las medidas necesarias para cuidar que la playa se encuentre limpia y segura.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las autoridades respectivas realizar en forma periódica controles medioambientales, y a los administradores de locales de comida y recreación la innovación de nuevos servicios, y de esta manera evitar que el destino pase a la etapa de estancamiento.
- Existe una sobrecarga de turistas en temporada alta, especialmente en el mes de febrero; por lo cual se estableció que este balneario tiene un turismo estacionario; por lo que se recomienda impulsar y promover los lugares turísticos de General Villamil y así lograr tener un turismo sostenible.
- Se implementó la medición del impacto ambiental y las recomendaciones de las prácticas, por lo que se recomienda seguir estas normas para minimizar los impactos.
- Se determinó que el personal que trabaja en los locales de comida y de recreación carece de conocimientos relacionados a la calidad de los servicios, por lo que se debería capacitarlo y motivarlo para ofrecer un buen servicio.
- Establecer normas para la imagen que debe proyectar el cantón General Villamil al turista, de modo que las expectativas sean satisfechas al visitar este balneario.

BIBLIOGRAFÍA

Anderson, David. Sweeney, Dennis & Williams, Thomas. 2008. *Estadística para Administración y Economía*. Santa Fe: Cengage Learning Editores, S.A. [Lectura en línea] Recuperado de:

http://books.google.com.ec/books?id=ehmBzUUZdzUC&pg=PA260&lpg=PA260&dq=m%C3%A9todo+del+muestreo+aleatorio+simple+de+una+poblaci%C3%B3n&source=bl&ots=-dZDu-Iqm-&sig=wKY8yvX74v-8LfSq-gcf4e_9AY8&hl=es&sa=X&ei=bL0_UIqXCir68QTtgoDIDA&ved=0CDMQ6AEwAQ#v=onepage&q=m%C3%A9todo%20del%20muestreo%20aleatorio%20simple%20de%20una%20poblaci%C3%B3n&f=false

Boletín turístico. (s.f.). *Diccionario de términos turísticos* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://boletin-turistico.com/diccionarioturismo>

Criollo Mite, E., Yagual Muñoz, Alex., & Quiroga, C. (2007). *Historia de Playas*. Guayaquil: Jalón Enaja S.A.

Cuatrecasas, L. (2010). *Gestión Integral de la Calidad*. Barcelona: Profit Editorial.

Difundiendo la creatividad e innovación para la gestión de organizaciones y Pymes.

(2012.09.16). *Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa* [Lectura en línea]. Recuperado de:

<http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>

Edwards Deming, W. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad*. Madrid: Díaz de Santos.

El Comité de Desarrollo Sostenible del Turismo de la OMT. (2004). *Desarrollo Sostenible de Turismo*. [Lectura en línea]. Recuperado de:

<http://www.manizales.unal.edu.co/modules/ununesco/admin/archivos/desarrollosostenibleelturismo.pdf>

Fundación Viva el Ecuador (2012, Julio 20). *Conoce Playas* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.vivaplayas.com/conoce-playas>

Grönroos, Christian. (1994). *Marketing y gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos. [Lectura en línea] Recuperado de:

<http://books.google.com.ec/books?id=rKAGC6DkiVAC&pg=PA44&lpg=PA44&dq=10+determinantes+de+la+calidad+de+servicio&source=bl&ots=b0P0jA0xZC&sig=QtZEhb611a>

udEh27k5u4fnAYp_8&hl=es&sa=X&ei=hDRaUI3ID4vS9ATW34E4&ved=0CDAQ6AEwAg#v=onepage&q=10%20determinantes%20de%20la%20calidad%20de%20servicio&f=false

Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*.

Córdoba: Editorial Brujas. . [Lectura en línea] Recuperado de:

<http://books.google.com.ec/books?id=9UDXPe4U7aMC&pg=PA1111&lpg=PA1111&dq=poblacion+y+muestra%7D&source=bl&ots=b6nJKXuKCU&sig=jRIXsKu-7R8vC-vN6k8jiW9Yqkg&hl=es&sa=X&ei=sIA2UNjiHois8ATh04GICw&ved=0CD8Q6AEwAw#v=onepage&q=poblacion%20y%20muestra%7D&f=false>

Maqueda Lafuente, J., Llaguno Musons, J. (1995). *Marketing estratégico para empresas de servicios*. Madrid: Díaz de Santos.

Marieta Huacón, D. (2010). *Creación de una Guía Virtual Turística Gastronómica típica ancestral del cantón General Villamil Playas de la Provincia del Guayas*. [Tesis de grado, Escuela superior Politécnica del Litoral]. Recuperado de: http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-90486.pdf

Ministerio del ambiente & Copade (s.f). *Propuesta de ordenamiento territorial de la faja costera del cantón Playas, de la provincia del Guayas* [Lectura en línea]. Recuperado de:

<http://simce.ambiente.gob.ec/sites/default/files/documentos/geovanna/Planes%20de%20ordenamiento%20de%20Municipios%20Costeros%20Cant%C3%B3n%20Playas.pdf>

Makforoosh, Mohammad. 2005. *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México: Editorial Limusa S.A.

Montaner Montejano, J. (2008). *Diccionario de Turismo*. Madrid: Editorial Síntesis.

Real Academia Española, & Asociación de Academias de la Lengua Española. (2007). *Diccionario práctico del estudiante*. Madrid: Santillana.

Licencia Creative Commons Atribución Compartir Igual 3.0 (s.f.). *Cantón General Villamil* [Lectura en línea] Recuperado de: http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_General_Villamil

Roberto, A., (s.f.). *Diario Expreso*. Guayaquil. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota.aspx?idart=3398143&idcat=21448&tipo=2>

Rodríguez Moguel, E. (2005). *Metodología de la Investigación*. Juárez: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. [Lectura en línea] Recuperado de:

<http://books.google.com.ec/books?id=r4yrEW9Jhe0C&pg=PA79&lpg=PA79&dq=poblacion+y+muestra%7D&source=bl&ots=8zb14LI6k7&sig=6D->

_v3d0TA22Va2QmTqOUOx0YL8&hl=es&sa=X&ei=sIA2UNjiHois8AT
h04GICw&ved=0CDQQ6AEwAQ#v=onepage&q=poblacion%20y%20
muestra%7D&f=false

Sampieri Hernández, R., & Fernández Collado, F., & Pilar Baptista, L. (1997).

Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.

Sitio oficial Serviestudios Cía. Ltda. (2012, s.f.). *General Villamil Playas* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.vivaplayas.com/informacion-de-la-ciudad>

Sitio oficial T. Grajales. (s.f.). *Tipos de investigación* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://tgrajales.net/investipos.pdf>

Pardo, Mercedes (2002). *Evaluación para el impacto ambiental y social para el siglo XXI* Teorías, procesos, metodología. Madrid: Editorial Fundamentos.

Thompson, E. 1992. *Sampling*. USA ; John Wiley & Sons, Inc.

Kandampully, Jay. Mok, Connie. & Sparks, Beverly.(2001). *Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure*. New York: Editors [Lectura en línea]
Recuperado de:

[http://books.google.com.ec/books?id=XsqhxXjKJ2IC&pg=PA54&lpg=PA54&dq=Parasuraman,+Zeithaml+y+Berry+\(1988\)&source=bl&ots=uSSkivZUON&sig=QROAeZKM_x2q0yvdkJHjgAHN9DA&hl=es&sa=X&ei=DYRXUIPfG4ao9gSjjIH4DA&ved=0CDEQ6AEwAA#v=onepage&q=Parasuraman%20%20Zeithaml%20y%20Berry%20\(1988\)&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=XsqhxXjKJ2IC&pg=PA54&lpg=PA54&dq=Parasuraman,+Zeithaml+y+Berry+(1988)&source=bl&ots=uSSkivZUON&sig=QROAeZKM_x2q0yvdkJHjgAHN9DA&hl=es&sa=X&ei=DYRXUIPfG4ao9gSjjIH4DA&ved=0CDEQ6AEwAA#v=onepage&q=Parasuraman%20%20Zeithaml%20y%20Berry%20(1988)&f=false)

Vavra, Terry (2000). *Cómo medir la satisfacción del cliente*. Madrid: FC Editorial.

ANEXOS

ANEXO NO.1 pág.31

FORMULARIO DE LA ENCUESTA A CLIENTE EXTERNO

PREGUNTAS		Total desacuerdo	Parcial desacuerdo	Intermedio	Parcial acuerdo	Total acuerdo	Total pax encuestadas
		1	2	3	4	5	
a.- Con respecto a la calidad del servicio:							
1	¿Visita regularmente General Villamil Playas?						
2	¿Al momento de su llegada alguien le informó acerca de los servicios que posee el balneario?						
3	¿Durante su visita algún establecimiento le ofreció un excelente servicio?						
4	¿Cree usted que los platos ofrecidos en el área de comida son de buena calidad?						

5	¿Está conforme con el servicio recibido en el balneario?
---	--

--	--	--	--	--

b.- Con respecto a los lugares públicos:

6	¿Le parece que los lugares públicos del balneario son adecuados para recibir a los turistas?
---	--

--	--	--	--	--

7	¿Los lugares de alojamiento que se encuentran disponibles en Playas están en buenas condiciones?
---	--

--	--	--	--	--

8	¿Las áreas de recreación se encuentran en buen estado?
---	--

--	--	--	--	--

9	¿Las instalaciones del área de comida son de su agrado?
---	---

--	--	--	--	--

10	¿Considera usted que los lugares turísticos del balneario contribuyen a la conservación del medio ambiente?
----	---

--	--	--	--	--

c Con respecto al atractivo

11	Cuando Ud. visita General Villamil, le llama más la atención:
----	---

Su paisaje	_____	Su gente	_____
Su gastronomía	_____	La atención al turista	_____

12	A su criterio cree usted que la playa de General Villamil tiene un buen uso en toda su extensión (14Km)?:
----	---

SI _____ NO _____

13	A su criterio cree usted que la playa de General Villamil es ordenada y limpia?:
----	--

SI _____ NO _____

d Preguntas de opción múltiple:

14	Por lo general usted visita General Villamil Playas en:
----	---

Carnaval	_____	Semana Santa	_____
Otros feriados	_____	Fines de semana	_____

15	A su criterio cree usted que la playa de General Villamil Playa es:
----	---

Amplia	_____	Reducida	_____
Limpia	_____	Sobresaturada	_____

16	¿Según su criterio qué aspecto le gustaría que mejore General Villamil Playas para que pueda disfrutar más de su visita?
----	--

Atención
y servicios
en hoteles

Alternativas
de recreación

Mejorar la
playa

Alternativas
gastronómicas

17	¿Por qué usted asiste a General Villamil Playas?
----	--

Salud

Relajación

Costumbre

Atención

ANEXO No.2 pág.35

Resultados de Encuestas a Turistas – General Villamil Playas

PREGUNTAS		Total desacuerdo	Parcial desacuerdo	Intermedio	Parcial acuerdo	Total acuerdo	Total pax encuestadas
		1	2	3	4	5	
a.- Con respecto a la calidad del servicio:							
1	¿Visita regularmente General Villamil Playas?	12	31	67	33	99	242
		5,0	12,8	27,7	13,6	40,9	%
2	¿Al momento de su llegada alguien le informó acerca de los servicios que posee el balneario?	42	18	28	33	121	242
		17,4	7,4	11,6	13,6	50,0	%
3	¿Durante su visita algún establecimiento le ofreció un excelente servicio?	51	0	41	35	115	242
		21,1	0,0	16,9	14,5	47,5	%
4	¿Cree usted que los platos ofrecidos en el área de comida son de buena calidad?	5	2	56	17	162	242
		2,1	0,8	23,1	7,0	66,9	%
5	¿Está conforme con el servicio recibido en el balneario?	18	9	25	49	141	242
		7,4	3,7	10,3	20,2	58,3	%

b.- Con respecto a los lugares públicos:

6	¿Le parece que los lugares públicos del balneario son adecuados para recibir a los turistas?	1	4	28	53	156	242
		0,4	1,7	11,6	21,9	64,5	%
7	¿Los lugares de alojamiento que se encuentran disponibles en Playas están en buenas condiciones?	8	3	13	32	186	242
		3,3	1,2	5,4	13,2	76,9	%
8	¿Las áreas de recreación se encuentran en buen estado?	32	24	38	19	129	242
		13,2	9,9	15,7	7,9	53,3	%
9	¿Las instalaciones del área de comida son de su agrado?	7	23	61	26	125	242
		2,9	9,5	25,2	10,7	51,7	%
10	¿Considera usted que los lugares turísticos del balneario contribuyen a la conservación del medio ambiente?	7	6	45	37	147	242
		2,9	2,5	18,6	15,3	60,7	%

c Con respecto al atractivo

11	Cuando Ud. visita General Villamil, le llama más la atención:						242
	Su paisaje	92	38 %	Su gente	57	23.6 %	
	Su gastronomía	61	25.2 %	La atención al turista	35	14.5 %	

12	A su criterio cree usted que la playa de General Villamil tiene un buen uso en toda su extensión (14Km) ?:						
	SI	90	38%	NO	152	62 %	242

13	A su criterio cree usted que la playa de General Villamil es ordenada y limpia?:						
	SI	100	41%	NO	142	59 %	242

d Preguntas de opción múltiple:

14	Por lo general usted visita Playas en:						
	Carnaval	61	25,2 %	Semana Santa	57	23,6 %	242
	Otros feriados	35	14,5 %	Fines de semana	92	38,0 %	

15	A su criterio cree usted que la playa es:						
	Amplia	161	66,5 %	Reducida	5	2,1 %	242
	Limpia	63	26,0 %	Sobresaturada	13	5,4 %	

16	¿Según su criterio qué aspecto le gustaría que mejore Playas para que pueda disfrutar más de su visita?						
	Atención y servicios	111	48,3 %	Alternativas de recreación	64	26,0 %	242
	Mejorar la playa	38	15,7 %	Alternativas gastronómicas	29	10,0 %	

17	¿Por qué usted asiste a General Villamil?						
Salud	77	31,8 %	Relajación	121	50,0 %		242
Costumbre	<u>37</u>	15,3 %	Atención	<u>7</u>	2,9 %		
	<u> </u>			<u> </u>			

ANEXO No.3 pág.79

INVERSION INICIAL

RECURSOS MATERIALES	1	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Data show-presentaciones alquiler	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Subtotal equipos de computación			\$ 100,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Encuestador	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Subtotal Gastos Administrativos			\$ 300,00
MATERIALES DE OFICINA			
Libros de consulta	5	\$ 30,00	\$ 150,00
CD	10	\$ 0,50	\$ 5,00
Pendrive	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Hojas	5	\$ 4,00	\$ 20,00
Cartucho de impresora	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Cartulina pliego	10	\$ 1,25	\$ 12,50
Plumas	10	\$ 0,75	\$ 7,50
Lápiz	10	\$ 0,25	\$ 2,50
Caja de grapas	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Carpetas manila	100	\$ 0,25	\$ 25,00
Carpetas Leitz	10	\$ 4,00	\$ 40,00
Pizarrón acrílico	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Plan teléfono móvil	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Anillados de proyectos y manuales	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Subtotal Materiales de oficina			\$ 591,50
Imprevistos	1	100	\$ 100,00
Subtotal Imprevistos			\$ 100,00
TOTAL			\$ 1.091,50

ANEXO No.4 pág.79

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES			
Caja	\$ 400,00		
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 400,00		
ACTIVOS FIJOS			
Total Equipos de computación	\$ 100,00		
Total Materiales de oficina	\$ 591,50	PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 691,50	Capital inicial	1.091,50
TOTAL	\$ 1.091,50	TOTAL	1.091,50

ANEXO No.5 pág.79

CARGO	CANTIDAD	HONORARIOS	MESES	VALOR TOTAL
Director de proyecto*	1	\$ 1.000,00	2	\$ 2.000,00
Asesor*	2	\$ 295,00	2	\$ 1.180,00
Encuestador*	1	\$ 300,00	1	\$ 300,00
Subtotal				\$ 3.480,00

ANEXO No.6 pág.80

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN/AMORTIZACIÓN	DEPRECIACIÓN/AMORTIZACIÓN ANUAL
Equipos de computación	\$ 100,00	3	33%	33,33
Materiales de oficina	\$ 591,50	10	10%	59,15

ANEXO No.7 pág.81

PROFESIONALES	VALOR	VECES	SUBTOTAL
Directora de proyecto	\$ 2.000,00	1	\$ 2.000,00
Asesor 1	\$ 295,00	2	\$ 590,00
Asesor 2	\$ 295,00	2	\$ 590,00
Subtotal profesionales			\$ 3.180,00
MOVILIZACIÓN			
Combustible	\$ 40,00	8	\$ 320,00
Subtotal movilización			\$ 320,00
MATERIAL PARA INFORMES			
Papelería para informes	\$ 100,00	1	\$ 100,00
Impresiones a color toners b/n y a color	\$ 100,00	1	\$ 100,00
Anillados	\$ 60,00	1	\$ 60,00
Subtotal material para informes			\$ 260,00
Subtotal			\$ 3.760,00
Imprevistos			\$ 100,00
Utilidad (10%) del subtotal			\$ 376,00
Costo total de la consultoría			\$ 4.236,00
Menos inversión inicial			\$ 1.091,50
GANANCIA ESPERADA			\$ 3.144,50